

พฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์  
ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ



นางสาวลำยอง ดวงคำ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974 - 333 - 868 - 3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TELEVISION EXPOSURE AND THE USES OF TELEVISION  
FOR TEACHING OF PRIVATE COLLEGES' FACULTIES



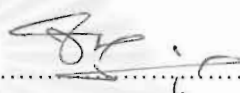
MISS LAMYONG DUANGKAM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication  
Department of Public Relations  
Faculty of Communication Arts  
Chulalongkorn University  
Academic Year 1999.  
ISBN 974 - 333 - 868 - 3

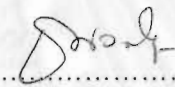
หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ  
โดย นางสาวลำยอง ดวงคำ  
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

  
..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญเอื้อ)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


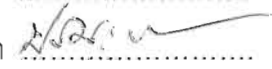

ลำยอง ดวงคำ : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ (TELEVISION EXPOSURE AND THE USES OF TELEVISION FOR TEACHING OF PRIVATE COLLEGES ' FACULTIES ) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ประมะ สตะเวทิน , 117 หน้า. ISBN 974 – 333 – 868 – 3

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของรายการที่ชมกับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัด กับการนำเอาเนื้อหาของสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ (4) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่สามารถอธิบายการนำเนื้อหาของสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ชมมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ อาจารย์คนไทยทุกคนที่ทำหน้าที่สอน ณ วิทยาลัยเอกชน จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งสิ้น 76 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว T – Test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาของสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน
2. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท มีความสัมพันธ์กับระดับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน
3. อาจารย์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาของสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว สามารถนำมาอธิบายการนำเนื้อหาของสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา ..... 2542.....

ลายมือชื่อนิสิต .....  .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....  .....

LAMYONG DUANGKAM : TELEVISION EXPOSURE AND THE USES OF TELEVISION FOR TEACHING OF PRIVATE COLLEGES' FACULTIES. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF. PARAMA SATAWEDIN,Ph.D. 117 pp. ISBN 974 - 333 - 868 - 3

The objectives of this research were : (1) to study the relationship between television exposure and the uses of television for teaching of private colleges' faculties. (2) to study the relationship between the exposure to television programs and the uses of television for teaching. (3) to study the relationship between sex , age , education , teaching experience , faculty and the uses of television programs for teaching. (4) to investigate the factor which could explain the uses of television programs for teaching most. The samples were 76 Thai teachers of Yonok College, Lampang province. Questionnaires were used to collect the data. Frequency , Percentage , Mean , Pearson 's Product Moment Correlation Coefficient , T – test , ANOVA and Multiple Regression Analysis were employed for the analysis of the data. SPSS for Windows was used for data processing.

The results of the study were as follows ;

1. Television exposure correlated with the uses of television programs for teaching .
2. Exposure to television programs correlated with the uses of television for teaching .
3. Teachers different in sex , age , education , teaching experience and faculty used television programs for teaching indifferently.
4. The factor which could explain the uses of television programs for teaching most was the exposure to news program.



ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....  
 สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
 ปีการศึกษา ..... 2542.....

ลายมือชื่อนิสิต ..... *M. Neo* .....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... *พ.พ. น* .....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ..... —.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลหลายท่าน ดังนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำและชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆของวิทยานิพนธ์เพื่อแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัต บุญลือ ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์รวมทั้งให้คำแนะนำด้านสถิติ และ วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง ที่ให้การสนับสนุนด้านทุนการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาต่อระดับปริญญาโท

ขอบพระคุณ พ่อ - แม่ และพี่ๆ ครอบครัว “ดวงคำ” ที่เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาเล่าเรียน ขอขอบคุณผู้ที่อยู่ใกล้และคอยช่วยเหลือด้านต่างๆในการจัดทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง “กำลังใจ” ที่มอบให้เสมอมา และท้ายสุดขอขอบคุณ “ตัวเอง” ที่มีความพยายาม มานะ วิริยะ อุตสาหะ และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ลายของ ดวงคำ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
<b>บทที่</b>	
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ปัญหาในการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์.....	25
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือของเครื่องมือ.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
การประมวลผลข้อมูล.....	51
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>52</b>
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย.....	94
อภิปรายผล.....	99
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	104
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	105
รายการอ้างอิง.....	106
ภาคผนวก.....	110
ประวัติผู้เขียน.....	117



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	54
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	55
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	56
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะที่สังกัด .....	57
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์สอน .....	58
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ใน 1 สัปดาห์ .....	59
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยแต่ละวัน .....	60
8	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทรายการโทรทัศน์ ที่กลุ่มตัวอย่างชมใน 1 สัปดาห์ .....	61
9	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความบ่อยครั้ง ของประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมใน 1 สัปดาห์ .....	63
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลา ในการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน .....	64
11	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของระยะเวลา การชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน .....	66
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการนำเนื้อหาสาระ จากการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	67
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการนำเนื้อหาสาระ จากการชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน.....	68
14	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปริมาณการนำเนื้อหาสาระ จากการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ....	70
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำเนื้อหาสาระ จากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	71

16	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของความบ่อยครั้งของวิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	73
17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอน .....	74
18	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเรียนการสอน .....	76
19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน .....	77
20	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน .....	79
21	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	81
22	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการประเภทต่างๆกับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	82
23	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายกับเพศหญิง .....	84
24	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน .....	85
25	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน .....	86
26	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดคณะแตกต่างกัน .....	87
27	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์สอนหนังสือแตกต่างกัน .....	88
28	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆกับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน .....	89

- 29 แสดงผลการวิเคราะห์ที่ถดถอยแบบขั้นตอน เพื่อทำนายพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระ  
จากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ..... 91



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1 บทนำ



### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “โลกาภิวัตน์” ที่ส่งผลให้คนในสังคมต่างพยายามแสวงหาข้อมูลข่าวสารให้กับตนเอง เพื่อให้เป็นคนทันกับเหตุการณ์ ทันโลกและทันสมัย ซึ่งทำให้สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้น สื่อมวลชนในปัจจุบันนี้ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสืออื่นๆ ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของประชาชนโดยทั่วไปอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่ให้สาระ ความรู้ ความบันเทิง ตลอดจนบันเทิงใจให้เกิดประจักษ์ในรูปแบบต่างๆ มีผู้กล่าวว่า สื่อสารมวลชนนอกจากจะเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงสังคมส่วนต่างๆแล้วยังเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปของสังคมนั้นๆได้อย่างดีอีกด้วย สื่อสารมวลชนจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างเสริมให้เกิดความก้าวหน้า ในขณะเดียวกันก็สามารถจุดรั้งให้สังคมเสื่อมโทรมลงเช่นกัน

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทภาพและเสียงที่มนุษย์เรารู้จักและคุ้นเคย ในสมัยก่อนที่จะมีโทรทัศน์เกิดขึ้น วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่ให้ความบันเทิงและข่าวสารแก่ประชาชน รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ แต่หลังจากเกิดโทรทัศน์ขึ้น โทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทในด้านความบันเทิงและข่าวสารต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์นอกจากจะได้ยินเสียงแล้ว ผู้รับสารยังสามารถเห็นภาพ และภาพนั้นก็ยิ่งเคลื่อนไหวอีกด้วย (อรุณีประภา หอมเศรษฐี, 2531 : 165)

โทรทัศน์สามารถส่งสารได้ทั้งโดยใช้คำพูดและสามารถส่งภาพออกอากาศได้ ผู้ชมไม่จำเป็นต้องนึกภาพเหตุการณ์หรือสิ่งของต่างๆเอาเอง ภาพจะปรากฏขึ้นบนจอ มีการเคลื่อนไหวมีคำพูดประกอบ ซึ่งทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ เช่น ในการโฆษณาสินค้า เมื่อภาพของสินค้าปรากฏบนจอภาพ ผู้ชมก็ทราบและรู้จักสินค้าได้ทันทีและถูกต้องโดยไม่ต้องนึกเอาเองจากคำอธิบายเพียงอย่างเดียว (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล, 2535 : 401)

สื่อโทรทัศน์เราได้ทั้งฟังและเห็น และได้เห็นภาพที่ไม่ใช่ภาพนิ่ง มีสีสันเหมือนธรรมชาติและชีวิตจริง หรืออาจจะเห็นภาพลวงตาที่จำลองโดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เรียกกันว่า Multimedia Virtual Reality ดังนั้นคุณภาพในด้านความสามารถของสื่อที่ส่งสื่อเข้าสู่ความสัมผัสของเรา นั้น สามารถทำได้อย่างผลที่สุด ถึงขนาดให้ผู้รับสื่อติดใจเสียเวลารับสื่อเพิ่มขึ้นมาก และเรียกได้

ว่าอยู่ภายใต้อำนาจการจูงใจของสื่อระดับเสพติด ซึ่งที่สำคัญที่สุดก็คือทางทีวีนั่นเอง (อานันท์ ปันยารชุน , 2541 : 178)

นับตั้งแต่มีโทรทัศน์ขึ้นในประเทศไทย ทำให้ประชาชนชาวไทยค่อยมีชีวิตชีวาขึ้น เพราะได้เห็นภาพเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความรื่นเริงบันเทิงใจที่เห็นการแสดงนาฏศิลป์และการกีฬา โดยไม่ต้องไปนั่งแกรว่อยู่กับเวที ทั้งยังได้ความรู้ใหม่ๆ แปลกๆ ทั้งในด้านการสังคมและวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้ยังทำให้ประชาชนหันมาเอาใจใส่กับความรู้รอบตัว (อรุณีประภา หอมเศรษฐี , 2531 : 168)

โทรทัศน์นับว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี สามารถโน้มน้าวใจประชาชน และปลูกฝังทัศนคติต่างๆ ต่อผู้ชม เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างใกล้ชิด สามารถปลูกฝังนิสัยและทัศนคติให้กับผู้ดูอย่างซ้ำๆ ฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่รัฐและองค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องควรให้ความเอาใจใส่ในการผลิตรายการต่างๆ

ถึงแม้ว่าโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่เกิดขึ้นหลังสุดแต่ก็กลับเป็นสื่อที่มีความสำคัญ และทรงอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดสาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของสังคมไปให้ผู้คนจำนวนมากรับรู้ได้ในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกหมู่เหล่าและมีบทบาทในสังคมเพิ่มมากขึ้นทุกที โดยการแทรกตัวเองเข้าไปในทุกสถาบันย่อยของสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาและวัฒนธรรม แม้กระทั่งสถาบันครอบครัวและเพื่อน (ขวัญเรือน ไชยอุดม , 2520 : 25)

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา โทรทัศน์มีส่วนอย่างมากที่ช่วยสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐและประชาชน เพื่อปลูกฝังความรักสามัคคีในชาติและขจัดช่องว่างต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเชื้อชาติ ศาสนา ทัศนคติ เป็นต้น ตลอดจนการชักจูงใจ โน้มน้าวใจ และกระตุ้นแรงเร้าให้บุคคลเกิดความรู้สึกอยากที่จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในปัจจุบันให้ดีขึ้น นอกจากนี้โทรทัศน์ยังช่วยทางด้านการพัฒนาการศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อส่งเสริมการศึกษาไม่ว่าจะเป็นในโรงเรียนและนอกโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

โทรทัศน์มีบทบาทต่อการศึกษาของประชาชนทุกระดับ ด้วยเหตุว่าทุกคนทุกระดับชั้น แม้ว่าจะไม่มีความรู้ อ่านไม่ออก หรือเขียนไม่ได้ ก็สามารถที่จะดูรายการโทรทัศน์และเข้าใจเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันโดยทั่วไป ช่วยให้ประชาชนได้รับความ

รู้อย่างกว้างขวาง เพื่อพัฒนาให้เป็นประชาชนมีคุณภาพต่อไป โทรทัศน์จึงได้รับความนิยม และมีบทบาทเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นด้านการดำรงชีวิตในสังคม และ करनाเอารายการโทรทัศน์มาใช้ พัฒนาการเรียนการสอนย่อมก่อให้เกิดผลดี ไม่ว่าผู้ที่อยู่ในระบบการศึกษา หรืออยู่นอกระบบการศึกษาก็ตาม

สมคิด ธีรศิลป์ (2525 : 139) ได้แบ่งการใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

### 1. การใช้โทรทัศน์เพื่อมวลชน

1. ชักจูงให้ไม่สะใจการทำงาน โดยแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้มีวิธีการในการทำงาน
2. ส่งเสริมในคุณค่าทางวัฒนธรรม ศีลธรรม จารีตประเพณีให้รู้จักใช้และรักษาไว้
3. ส่งเสริมความเชื่อในเหตุผล มองการณ์ไกล
4. ส่งเสริมให้มีรสนิยมในหนังสือ ดนตรี ศิลปะ และการแสดง
5. ให้ความรู้แก่ผู้ชมในวิชาการนั้นๆ
6. ส่งเสริมให้ทำงานเพื่อส่วนรวม
7. ส่งเสริมให้รักชาติ

2. ใช้โทรทัศน์ในการเรียนการสอนเฉพาะความต้องการของแต่ละสถาบัน ในการใช้โทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารโดยทั่วไป คุณค่าของโทรทัศน์เพื่อการศึกษาอาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. โทรทัศน์เป็นสิ่งที่ช่วยยกระดับมาตรฐานการศึกษาของประชาชนให้สูงขึ้น
2. โทรทัศน์ช่วยขยายความรู้ต่างๆ ไปยังผู้ชมรายการเป็นจำนวนมาก โดยเป็นไปอย่างรวดเร็ว
3. โทรทัศน์ช่วยให้ประชาชนได้มีความรู้ทันสมัย และทันต่อความก้าวหน้าของวิทยาการต่างๆ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว
4. การใช้โทรทัศน์เป็นสื่อการสอน ช่วยให้ครูสามารถติดต่อกับนักเรียนหรือผู้ปกครองได้ทั่วประเทศ และทันกับเหตุการณ์
5. การใช้โทรทัศน์สามารถทำให้ครูนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อนักเรียนมาสู่ห้องเรียน ทำให้การสอนของครูมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. ถ้าหากผู้ปกครองมีความสามารถเลือกและแนะนำให้บุตรหลานได้ชมรายการที่มีคุณประโยชน์ ก็จะช่วยฝึกหัดนิสัยให้เด็กเป็นพลเมืองที่ดีและมีคุณภาพในอนาคต (อรุณีประภา หอมเศรษฐี , 2541 : 199)

ด้วยเหตุที่โทรทัศน์มีบทบาทต่อการศึกษา ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงมีคุณค่าทางด้านการเรียนการสอนเป็นอย่างมากดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จึงเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะค้นคว้าหาข้อมูล ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาสาระและข่าวสารต่างๆของรายการโทรทัศน์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์ระดับอุดมศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์แก่วงการโทรทัศน์และหน่วยงานต่างๆ ที่ทำการศึกษาในขณะนี้

ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาศาสนาบ้านการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือ เพราะผู้วิจัยทำงานและอยู่ในแวดวงการศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดภาคเหนือ โดยเลือกวิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ว่ามีการนำเอาเนื้อหาสาระและข่าวสารต่างๆ ที่มีในรายการโทรทัศน์มาเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน และชี้แนวทางด้านความคิดและทัศนคติในเรื่องต่างๆ ได้มากน้อยเพียงไร เพื่อยกระดับความรู้ของนักศึกษาให้เทียบทันกับนักศึกษาที่อยู่ในกรุงเทพฯ โดยอาศัยสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มาเป็นแนวทางและแหล่งข้อมูล ผู้ทำการวิจัยจึงเลือกทำการ ศึกษาหัวข้องานวิจัย คือ “พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ” กรณีศึกษาเฉพาะอาจารย์วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง

โดยทั่วไปแล้วการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาเอกชนในภาคเหนือ จะเป็นไปตามแผนการสอนที่ทางทบวงมหาวิทยาลัยกำหนด แต่ด้วยปัจจุบันเป็นสังคมของข้อมูลข่าวสาร ที่ทุกคนต้องมีความรู้เทียบทันเหตุการณ์ คนที่มีข้อมูลอยู่ในมือย่อมถือว่าเหนือกว่าผู้อื่น และโทรทัศน์ถือว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ฯลฯ สู่มหาวิทยาลัยโยนก ทุกคน จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาว่าอาจารย์ที่สอนในระดับอุดมศึกษาในสภามหาวิทยาลัยโยนก จะมีการคัดเลือกจัดจำพวกเนื้อหาวิชาการหรือสาระประเภทอื่นๆ ที่แทรกในรายการโทรทัศน์มาถ่ายทอดสู่นักศึกษา เพื่อให้มีความรู้ และทันเหตุการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งยังสอดคล้องกับแผนการสอนที่ถูกกำหนดได้อย่างเหมาะสมอย่างไรบ้าง

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยคิดว่าจะเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับสภาพปัจจุบันที่เป็นภาวะของการแข่งขันทางการผลิตรายการโทรทัศน์ และผลการวิจัยนี้ อาจจะมี

ส่วนในการทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางการศึกษามากขึ้น และได้ทราบถึงปริมาณและวิธีการนำมาใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของอาจารย์ระดับอุดมศึกษา เพื่อก่อเกิดคุณค่ากับวงการศึกษาดต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของรายการที่ชมกับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ- อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัด กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ชมมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

### ปัญหำนำในการวิจัย

1. อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือมีพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์อย่างไร
2. พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ มีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนหรือไม่
3. ประเภทของรายการที่อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือชม มีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนหรือไม่



4. อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกันหรือไม่

5. ปัจจัยใดสามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

#### สมมุติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน
2. การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน
3. อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนเฉพาะของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในเขตจังหวัดภาคเหนือ

#### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ หมายถึง
  - 1.1 ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์

## 1.2 ระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์แต่ละครั้ง

### 2. รายการโทรทัศน์ หมายถึง เนื้อหาสาระที่นำเสนอในโทรทัศน์ ได้แก่

- 2.1 รายการประเภทข่าว ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการศึกษา ข่าวสังคมและบันเทิง ข่าวอาชญากรรม และข่าวกีฬา
- 2.2 รายการประเภทความคิดเห็น
- 2.3 รายการประเภทความรู้
- 2.4 รายการประเภทบันเทิง
- 2.5 การโฆษณา

3. การนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน หมายถึง การนำเอาเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์มาใช้เป็นส่วนประกอบในการเรียนการสอน เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ หมายถึง สถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยโยนถ จังหวัดลำปาง ,มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา จังหวัดนครสวรรค์ ,วิทยาลัยภาคกลาง จังหวัดนครสวรรค์, วิทยาลัยกลุ่มน้ำปิง จังหวัดตาก (ทบวงมหาวิทยาลัย,2542)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์กับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น งานผลิตสื่อ อาทิ สื่อสไลด์ สื่อวีดิทัศน์ สื่อภาพยนตร์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อเป็นอุปกรณ์หรือเครื่องมือช่วยสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนต่อไป เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนนั้นๆ

2. เพื่อจะได้นำผลการวิจัยนี้เป็นหลักฐานอ้างอิง และเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าวิจัยสื่อมวลชนด้านอื่นๆ และนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป

3. เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงาน องค์กร ผู้ผลิต หรือผู้ที่  
เกี่ยวข้องในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางการในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาการ  
นำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อเยาวชนและวงการศึกษาต่อไป

⋮



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ มุ่งประเด็นศึกษาถึงวิธีการที่อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ นำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ได้ชมมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

#### 1. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

- 1.1 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร
- 1.2 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร  
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารของผู้ชม
- 1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
- 1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชน

#### 2. แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์

- 2.1 ลักษณะและหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์
- 2.2 คุณสมบัติของโทรทัศน์
- 2.3 ประเภทของรายการโทรทัศน์
- 2.4 บทบาทของโทรทัศน์กับการพัฒนาการศึกษา
- 2.5 อิทธิพลของโทรทัศน์

#### 3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

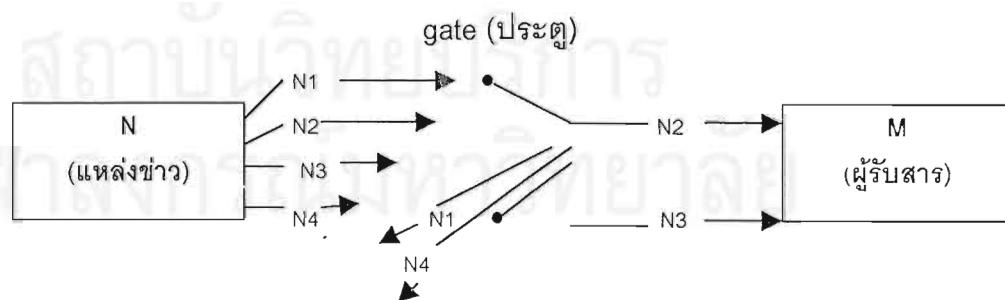
ในการศึกษาวิจัยหัวข้อ “พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีสื่อสารมวลชน แบ่งเป็น 5 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชน และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

พีระ จิรโสมถ (2530 : 624 - 661) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีดังกล่าวคือ

### 1.1 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร คือ

ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน อาจหมายถึงตัวบุคคล (เช่น ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ) หรือหมายถึงองค์การที่ผลิตสาร (เช่น สำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ ผู้สร้างภาพยนตร์) ก็ได้ ทฤษฎี แนวความคิด หรือแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยเรื่องต่างๆ เช่น หน้าผู้เฝ้าประตูสื่อสารมวลชน เป็นต้น

ดี เอ็ม ไวท์ (White , D.M. , 1950) ได้ใช้แนวความคิดเรื่อง “ผู้เฝ้าประตู” ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู



N คือ แหล่งของข่าวต่างๆ / N1,N2,N3,N4 คือ ข่าวแต่ละชิ้น / N2,N3 คือ ข่าวที่ถูกเลือก / M คือ ผู้รับสาร  
N1,N4 คือ ข่าวที่ไม่ถูกเลือก

แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของดี เอ็ม ไวท์ (White , D.M. , 1950)

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (สำนักข่าวโทรทัศน์) จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้นส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้า ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชม

แบบจำลองของดี เอ็ม ไวท์ อธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงบทบาท “ผู้เฝ้าประตู” ของสื่อมวลชนซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้ เช่น โทรทัศน์ที่ส่งมานั้นก่อนที่จะส่งมาก็ต้องมีการกลั่นกรองมาก่อนจากบรรณาธิการสำนักข่าวนั้นๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่ “ผู้เฝ้าประตู” คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนก็ได้ และเมื่อข่าวโทรทัศน์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกัน นอกจากนั้นข่าวที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัว ญาติ เพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดโดยผู้เปิดรับสารสื่อมวลชนนี้ก็จะเป็นไปในลักษณะ “ผู้เฝ้าประตู” คือ เลือกจะถ่ายทอดเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมได้เช่นกัน จึงเห็นได้ว่าข่าวสารสื่อมวลชนมีจะไหลผ่านผู้เฝ้าประตูต่างๆ มากมายหลายชั้น

ระวีวรรณ ประกอบผล (2535 : 263 - 265) ได้กล่าวถึงผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชน ดังนี้ คือ

ในการสื่อสารมวลชนอันมีความสลับซับซ้อนกว่าการสื่อสารทุกประเภทนั้น ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนเป็นผู้ส่งสารซึ่งเป็นกลุ่มของผู้มีความชำนาญเฉพาะด้านในการใช้เครื่องมือทางเทคนิค ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวในรูปของสัญลักษณ์ไปยังผู้รับสารจำนวนมากซึ่งมิใช่คนกลุ่มเดียว และอยู่กระจัดกระจายห่างไกลกันมาก ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนนั้นจะเป็นกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์การสื่อสารมวลชน ดังนั้นการทำหน้าที่ของผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชน ผู้ส่งสารจึงมิได้ทำในลักษณะที่เป็นการสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ หากแต่จะกระทำในฐานะที่เป็นสมาชิกในองค์การสื่อสารมวลชน ซึ่งได้ถูกกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบไว้อย่างแน่ชัดตามลักษณะของระบบสื่อสารมวลชนนั้นๆ นอกจากนั้นถ้านำความคิดเรื่องต้นแหล่งสารและผู้เข้ารหัสมาพิจารณา ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนจึงไม่ใช่ต้นแหล่งสารโดยตรง หากแต่ทำหน้าที่เป็นผู้เข้ารหัสที่จะไปยังผู้รับสารมากกว่า

ลักษณะสำคัญของการสื่อสารในการสื่อสารมวลชนที่แตกต่างไปจากผู้สื่อสารในการสื่อสารประเภทอื่นๆเป็นอย่างมากใน 3 เรื่องด้วยกัน คือ

1. จำนวนของผู้สื่อสาร ในการสื่อสารมวลชนนั้น จะมีการผลิตสารซึ่งมีเนื้อหาทางด้านต่างๆเป็นจำนวนมากไปยังผู้รับสารซึ่งมีความต้องการและรสนิยมแตกต่างกัน ในการผลิตสารจำนวนมากอยู่ตลอดเวลา ทำให้จำนวนผู้เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนมีเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน
2. ผู้สื่อสารในการทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) หมายถึง ในการทำหน้าที่เกี่ยวกับการส่งสารขององค์การสื่อสารมวลชน อันประกอบด้วยข่าวสารข้อมูลเป็นจำนวนมากมาในแต่ละวันซึ่งอาจเป็นข่าวได้ ผู้สื่อสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะทำหน้าที่เลือกเนื้อหาเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือละเว้นเนื้อหาเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำเสนอกับผู้รับสารต่อไป
3. การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ลักษณะสำคัญของผู้สื่อสารในการสื่อสารมวลชนก็คือ การส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายและห่างไกลกัน โอกาสในการที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิกิริยาบ่อนกลับ หรือ การสื่อสารแบบสองทางจึงไม่เกิดขึ้น นอกจากนั้นการสื่อสารมวลชนก็เป็นสื่อสารที่กระทำขึ้นในลักษณะที่เป็นไปเพื่อสาธารณชนและเปิดเผย

## 1.2 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้รับสารในทางการด้านสื่อสารมวลชน หมายถึง กลุ่มผู้รับสารทั่วไป กลุ่มผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนี้ บางที่เราเรียกว่า “สาธารณชน” ซึ่งหมายถึงใครก็ได้ ที่สามารถเข้าถึงสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ปรมะ สตะเวทิน (2540 : 135 - 136) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้รับสารซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. ผู้รับสารจำนวนมาก ในการสื่อสารมวลชนนั้น ผู้รับสารจะต้องมีจำนวนมาก ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้นเรียกว่า “มวลชน” (mass audience) การจะตัดสินว่าจำนวนผู้รับ

สารเท่าใดเป็นจำนวนมากนั้น จะต้องอาศัยหลักที่ว่ามวลชนผู้รับสารจะได้รับสารจากผู้ส่งสารภายในระยะเวลาอันรวดเร็วและจำนวนของผู้รับสารมีมากจนกระทั่งผู้ส่งสารไม่สามารถที่จะติดต่อกับผู้รับสารในลักษณะที่เห็นหน้าค่าตากันได้

2. ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน เกณฑ์กันที่สองเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสารก็คือ ในการสื่อสารมวลชนนั้นมวลชนหรือผู้รับสารทั้งหลายมีความแตกต่างกัน ชาวที่ส่งไปยังมวลชน (mass-communicated news) นั้นเป็นชาวที่มุ่งเสนอแก่คนจำนวนมากในสังคมซึ่งมีลักษณะต่างๆ กัน อันได้แก่ คนที่มีอายุต่างๆกัน ทั้งเพศหญิงเพศชาย มีระดับการศึกษาต่างๆกัน อันอยู่ในที่ต่างๆกัน เป็นต้น

3. ความไม่เป็นที่รู้จัก (anonymity) หมายความว่า โดยทั่วไปแล้วคนแต่ละคนในมวลชนผู้รับสาร (mass audience) จะไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร กล่าวคือ สารที่ผู้ส่งสารส่งออกไปนั้นมุ่งส่งไปยัง “ใครก็ตามที่เกี่ยวข้อง” (to whom it may concern) ผู้ส่งสารไม่ได้รู้จักผู้รับสารเป็น คนๆไป ไม่ได้มุ่งที่จะส่งสารไปยังใครคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการส่งสารไปยังมวลชนเป็นส่วนรวม

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534 : 22 – 23) มีแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะมวลชน (mass) คือ คำว่ามวลชน (mass) แปลตามศัพท์โดย The Oxford English Dictionary ว่า “มวลชน คือ กลุ่มที่ไม่มีความเป็นตัวบุคคล” (aggregate in which individuality is lost) คำว่ามวลชน เริ่มต้นจากการที่มีผู้รับสารจากสื่อเป็นจำนวนมาก มากมายหลายกลุ่ม หลายฝูงชนและกว้างกว่าสาธารณชน มวลชนกระจายไปทั่ว ต่างก็ไม่รู้จักกัน และไม่มีใครจะนำมวลชนมารวมตัวกันได้ มวลชนไม่มีกิจกรรมร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์ใดๆร่วมกัน และเมื่อมวลชนไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกัน มวลชนจึงมักไม่มีพฤติกรรมมีแต่ถูกกระทำ ถึงแม้ว่ามวลชนจะประกอบด้วยบุคคลหลากหลายจากทุกชนชั้นในสังคม แต่มวลชนต่างก็มีความเหมือนกันในพฤติกรรม การเลือก และความสนใจรวมไปจนถึงการรับรู้เช่นเดียวกัน และมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ด้วยสื่อ

กล่าวโดยสรุป คือ แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะมวลชน หมายถึง ผู้รับสารจำนวนมาก มีความหลากหลาย กระจัดกระจายอยู่ไม่ว่าใครเป็นใคร ไม่ขึ้นอยู่กับองค์กรทางสังคมใดๆ รวมทั้งไม่ได้รวมตัวกันอยู่อย่างต่อเนื่อง



สำหรับการวิจัยทางด้านสื่อสารมวลชนในระยะเริ่มแรก มุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในระยะหลังมีการศึกษาพบว่า ผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ หรือว่าถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่มีการกระทำ หรือมีบทบาทในลักษณะการเลือกสรรหาและคอยตอบโต้ข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ที่มีอยู่รอบๆตัว ในชีวิตประจำวัน ผู้รับสารในบางครั้งจึงอาจมีลักษณะหัวแข็งหรือไม่ยอมรับข่าวสารง่ายๆ โดยเฉพาะในกรณีที่ข่าวสารนั้นขัดแย้ง หรือไม่ตรงกับความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร

เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้แบ่งปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร คือ

- *ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills)* ถ้าผู้รับสารไม่สามารถฟัง อ่าน หรือคิด เขาจะไม่สามารถรับสาร หรือถอดรหัสข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารได้ส่งไปให้
- *ทัศนคติ* ผู้รับสารจะถอดรหัสของข่าวสารอย่างไร มีสาเหตุบางส่วนมาจากทัศนคติไม่ว่าจะเป็นทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร ต่อข่าวสาร ล้วนมีผลต่อการเปิดรับสาร การแปลข่าวสารของผู้รับทั้งสิ้น
- *ระดับความรู้ (Knowledge level)* ผู้รับสารที่ระดับความรู้แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งรอบข้างแตกต่างกัน และมีแนวโน้มที่จะแปลความหมายของข่าวสารแตกต่างกัน
- *ระบบสังคม (Social System)* เราทุกคนมีบทบาทหน้าที่ในสังคมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา ลูกจ้าง นักธุรกิจ อาจารย์ สถานภาพที่แตกต่างกันนี้ มีผลทำให้การเปิดรับและการตีความข่าวสารแตกต่างกัน
- *วัฒนธรรม (Culture)* หมายถึง ลักษณะแสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ศีลธรรมอันดีของประชาชน และระบบ หรือวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และเป็นตัวชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสังคมนั้นๆ กับสังคมอื่น

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางประชากรเฉพาะบุคคล เช่น เป็นชายหรือหญิง อายุมากหรืออายุน้อย ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจฐานะทางสังคม เป็นต้น

ลักษณะด้านประชากรนี้เป็นแนวทางหนึ่งของทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร เพราะผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสารหากผู้รับสารเข้าใจการสื่อสารนั้นก็จะได้ประสบผลสำเร็จ ขณะเดียวกันหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสารการสื่อสารนั้นก็ล้มเหลว

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารของผู้ชม

เมอร์ริลล์ และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein ,1971) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารของผู้ชม และได้สรุปสาเหตุที่บุคคลต่างๆ มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ได้แก่

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และบางครั้งคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ ชรามม์ (W. Schramm) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of reward) (สุรพงศ์ วรรวยทอง , 2535)

### 1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ มีข้อที่ต้องยอมรับกัน ตามที่ เสรี วงษ์มณฑา (2523 : 2 - 6) ได้อธิบายไว้ คือ

1. มนุษย์จิตใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือกจะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขัน กับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังต่อไปนี้

1. สภาพทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ

2. ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่

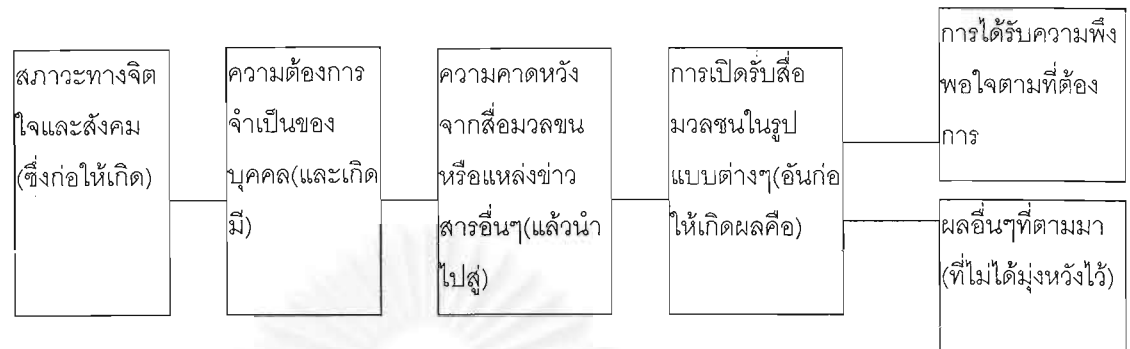
3. การคาดคะเนเกี่ยวกับ

4. สื่อและแหล่งที่มาของสาร

5. ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล

6. ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ

## 7. ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมีอาจคาดหมายมาก่อน



### แผนภาพองค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ

ทฤษฎีและแบบจำลองนี้ เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพึงพอใจของมนุษย์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2528 : 32 - 35 )

### การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร

การศึกษาในหัวข้อนี้ พิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จากผลของการวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มผู้รับสาร แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับข่าวสารนี้ พิจารณาหัวข้อต่อไปนี้

#### 1. การเลือกสรรในการรับสาร

ปัจจัยในการสื่อสาร ที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือว่าความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรร เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ , 2530 : 360)



แผนภาพ กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

1.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งฉบับใดมาอ่าน เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมรายการวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

วิลเบอร์ ชรามม์ (Schramm, 1973 อ้างใน พีระ จิระโสภณ , 2530 : 360) กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร คือ

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจที่ทำให้พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำหนักจิตใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสาร ที่ได้พบ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive dissonance) ที่กล่าวว่า (Festinger L.A. : 1975 อ้างใน พิระ จิโรภณ , 2530 : 364) บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า "Cognitive dissonance" ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลยังมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์

1.2 การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective perception or selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว มิใช่ข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคน อาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งถึงจึงมีได้อยู่ที่อักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมาย

ความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น

1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ในการศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่าผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ

การเลือกจดจำนั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งออกไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรก โดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชน บางฉบับบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจ หรือตามความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้น ไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

## 2. การแสวงหาข่าวสาร

บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน กับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่ากรรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สบายใจ หรือไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้น (Information avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นๆ ทั้งที่ไม่เต็มใจ (Information yielding) (Charles Atkin : 1973 อ้างใน พีระ จิระโสภณ , 2530 : 639)

การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร และความบันเทิง ความต้องการข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ ของปัจเจกบุคคล ที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะ นั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมี ความรู้ความเข้าใจสูง และ

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจก บุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้น อารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่ เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วน บุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว นั้นถือว่าเป็นข่าวสารที่ให้ ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์ เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และ แก้ปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความ บันเทิงขณะเดียวกัน

โดยสรุปแล้ว การแสวงหาข่าวสารและการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อ สนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ ประโยชน์ทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนอง ความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเรีงใจด้วย



#### 1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชน

บอลล์ โรคีส และ เดอร์เฟลอร์ (Ball Rokeach, S.J. and De Fleur, M.L. 1976) เสนอแบบจำลองเกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชน เพื่ออธิบายสิ่งที่นักวิจัยทั้งหลายต่างพยายามศึกษาอยู่ตลอดเวลา คือเรื่องของการที่การสื่อสารมวลชนมีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารหรือไม่เพียงใด และมีผลต่อผู้รับสารอย่างไร ทั้ง บอลล์ และ เดอร์เฟลอร์ ได้ชี้แจงว่า การที่สื่อมวลชนจะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 หน่วย คือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสาร และระบบสังคม การที่ข่าวสารมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้น บอลล์ และเดอร์เฟลอร์กล่าวว่า ขึ้นอยู่กับระดับความพึงพาของผู้รับสารจากสื่อมวลชน

การพึงพา หมายถึง การที่ฝ่ายหนึ่งจะบรรลุเป้าหมาย หรือจะได้รับการตอบสนอง ในสิ่งที่ต้องการนั้น จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรของอีกฝ่ายหนึ่ง จะเห็นได้ว่ามนุษย์ในปัจจุบันนี้ ต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก จนแทบจะกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์ การที่มนุษย์เราจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาข่าวสารนั้น มีเหตุผลด้วยกันหลายประการ เช่น ต้องการเข้าใจในสังคมหรือโลกที่เราอยู่อาศัยให้ดีขึ้น ต้องการปรับตัวเพื่อให้อยู่ในโลกด้วยความราบรื่น หรือต้องการสร้างจินตนาการของโลกในความฝัน เพื่อหนีให้หลุดพ้นปัญหาประจำวันและความตึงเครียดไปชั่วขณะ (เช่น โดยการดูภาพยนตร์ อ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ) เป็นต้น ยิ่งมีความต้องการสิ่งเหล่านี้มากก็ย่อมต้องพึ่งพาข่าวสาร จากสื่อมวลชนมากขึ้น และยังได้รับข่าวสารมากขึ้น การได้รับข่าวสารมากเท่าไรก็ย่อมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมมากขึ้นด้วย (บุญส่ง แก้วรามุก , 2536 : 30)

บอลล์ โรคีส และ เดอร์เฟลอร์ (Ball Rokeach, S.J. and De Fleur, M.L. 1976) ได้อธิบายผลต่างๆ จากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน คือ

1. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้ ความคิดเห็น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความกระจำง หรือ บางทีก็อาจก่อให้เกิดความกำกวมขึ้นก็ได้ นอกจากนั้นก็ยังก่อให้เกิดผลในแง่ทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ และผลในแง่ความคิดเห็นว่า สิ่งไหนเป็นเรื่องสำคัญควรพิจารณา รวมทั้งผลในด้านการขยายความเชื่อของบุคคลแต่ละคน และการกำหนดทางด้านค่านิยมด้วย

2. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้สึก ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจสร้างความรู้สึกต่างๆ เช่น กลัว วิตกังวล รวมทั้งการสร้างกำลังใจ หรือบางทีก็อาจทำลายขวัญและกำลังใจได้เช่นเดียวกัน

3. ก่อให้เกิดผลในด้านพฤติกรรม ซึ่งมีทั้งการเร่งเร้าให้ลงมือกระทำ หรือหยุดยั้งการกระทำ รวมทั้งก่อให้เกิดการกระทำในด้านดี เช่น การช่วยเหลือผู้อื่น หรือในด้านที่ไม่ดี เช่น ความรุนแรงก้าวร้าวต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ประมะ สตะเวทิน (2540 : 141 - 146) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน ไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง หากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่สะกิดกันอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 *ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Precispositions)* ผู้รับสารของสื่อมวลชนประกอบไปด้วยประชาชนซึ่งมีการติดต่อกัน และประชาชนเหล่านี้ก็เกี่ยวข้องติดต่อและเป็นสมาชิกของสถาบันสังคมต่างๆ จึงทำให้ประชาชนเหล่านี้มีความคิดเห็น มีค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ทักษณคติความคิดเห็น และพฤติกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและจากสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน เขาก็นำเอา ทักษณคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 *การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes)* ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อบุคคลทั้งก่อน และในขณะที่บุคคลผู้นั้นใช้สื่อมวลชน ความมีใจโน้มเอียงจะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลนั้นควรจะอ่าน (ดู, ฟัง) สิ่งใด (selective exposure and selective attention) จะตีความหมายสิ่งนั้นอย่างไร (selective interpretation) และควรจะจดจำสิ่งใด (selective retention) ผลของการวิจัยได้แสดงว่า ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ในการตีความหมายของสารก็เช่นเดียวกัน ประชาชนจะพยายามตีความสารที่ตนอ่าน(ดู, ฟัง) ตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม ในทำนองเดียวกันประชาชนก็จะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นไปโดยอ้อม เนื่องจากข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้ถึงประชาชนทั่วไปในทันที หากแต่ต้องผ่านขั้นตอนอย่างน้อยที่สุดสองขั้นตอน และแต่ละขั้นตอนนี้จะมีบุคคลเป็นตัวแทรกเพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังประชาชนคนอื่นๆ ในชุมชนหรือสังคม บุคคลที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเรียกว่าผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders)

ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนนั้น ผู้นำความคิดเห็นได้สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย เนื่องจากในชีวิตประจำวันของเรานั้นมีการติดต่อกันอยู่เสมอและผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป ดังนั้น ผู้นำความคิดเห็นเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) นอกจากนั้น การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนทั้งหลายสามารถที่จะแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ ในสังคมเช่นนี้ธุรกิจสื่อมวลชนก็จะใช้วิจรรย์ญาณของตน (ความทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมที่ตนมีอยู่) ตัดสินว่าควรเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. จากปัจจัยดังกล่าวในข้อ 1 ทำให้เห็นได้ว่าประชาชนไม่ได้สัมผัสสื่อมวลชนด้วยจิตใจที่ว่างเปล่า ตรงกันข้ามประชาชนกลับมีความคิดเห็น ทัศนคติ ท่าทีดั้งเดิมของตนมาก่อน รวมทั้งได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่นๆ และสถาบันสังคมต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวสะกดกั้นข่าวสารและความคิดเห็นจากสื่อมวลชนที่แตกต่างไปจากความคิดเห็น ทัศนคติและท่าทีดั้งเดิมของตน และจะยอมรับเฉพาะข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดดั้งเดิมของตนเท่านั้น ดังนั้น อิทธิพลที่สื่อมวลชนจะมีต่อประชาชน จึงเป็นแต่เพียงผู้สนับสนุน (an agent of reinforcement) เท่านั้น

3. บางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน (an agent of change) อย่างไรก็ตาม อิทธิพลในด้านการเปลี่ยนแปลงประชาชนของสื่อมวลชนนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น (provide the means for change)

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณี ที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ ซ้ำๆ ซากๆ เท่านั้น อิทธิพลของสื่อมวลชนในแง่นี้จึงมีลักษณะสะสม (cumulative impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น มิใช่อิทธิพลที่เกิดจากการดูรายการทีวีเพียงครั้งเดียว อ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเพียงครั้งเดียว ฯลฯ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์

### 2.1 ลักษณะและหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์

ในบรรดาสื่อมวลชนแต่ละประเภทนั้นย่อมมีคุณลักษณะต่างกัน และสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง มีคุณลักษณะที่แตกต่างกับสื่อมวลชนประเภทอื่นดังนี้ คือ (บำรุง สุขพรรณ , 2522 : 1- 3)

1. เนื้อที่ - เวลา (Space - time) สิ่งพิมพ์ ภาพนิ่ง และศิลปวัตถุเป็นเครื่องมือ ประเภทเนื้อที่ รายการโทรทัศน์เป็นเครื่องมือประเภทเวลา การสนทนากันซึ่งหน้า การพูดโทรศัพท์ก็เป็นเครื่องมือประเภทเวลา .

2. ขนาดของเครื่องมือสื่อมวลชนเหล่านี้มีทั้งส่วนดีและส่วนเสีย ตัวอย่าง เช่นการอ่านหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านอาจหวนกลับมาอ่านตอนที่ตนยังไม่เข้าใจได้ แต่ผู้ที่ดูรายการโทรทัศน์ไม่มีโอกาสที่จะฟังสิ่งที่ผ่านไปแล้วได้ โทรทัศน์เสนอข่าวสารได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ แต่หากเรารับสารได้น้อยกว่าตา (หูรับได้ 11% ตารับได้ 83%) และคำหรือประโยคยากๆ อาจฟังแล้วไม่เข้าใจ แต่หนังสือพิมพ์อาจพลิกกลับไปอ่านทบทวนหรือค้นหาความได้ภายหลัง

3. การมีส่วนร่วม (Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการใช้เครื่องมือสื่อมวลชน มากน้อยแตกต่างกันไปตามชนิดของเครื่องมือ ถ้ามีส่วนร่วมมากมักจะเกิดความรู้สึกว่าตนมีส่วนร่วมในสังคม ถ้ามีส่วนร่วมน้อยก็มักจะเป็นแต่ฝ่ายรับอย่างเดียวหรือทั้งหมด ถ้าเราแบ่งเครื่องมือตามระดับที่ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยจากมากไปหาน้อยก็ได้ดังนี้

- การสนทนาเป็นการส่วนตัว
- กลุ่มอภิปราย
- โทรศัพท์
- การประชุมกันอย่างเป็นทางการ
- ภาพยนตร์เสียง
- โทรทัศน์
- วิทยุ
- โทรเลข
- การติดต่อกันทางจดหมายส่วนตัว
- จดหมายแบบทางราชการ
- หนังสือพิมพ์
- แผ่นป้ายโฆษณา
- นิตยสาร
- หนังสือ

4. *ความเร็ว (Speed)* โทรทัศน์นำหน้าในเรื่องของความเร็ว เครื่องมือสื่อสัมพันธ์ที่มีความเร็วมาก เป็นประโยชน์ในด้านการเสนอข่าวสาร ส่วนที่มีความเร็วน้อยมักใช้ในการเสนอเรื่องหนักๆ ซึ่งมีแก่นสารให้ขบคิดและใคร่ครวญ

5. *ความถาวร (Permanence)* หนังสือดูเหมือนจะนำหน้าในเรื่องความถาวร ต่อไปก็เป็นภาพยนตร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ เครื่องมือที่มีความถาวรมาก จะใช้ในการเสนอหลักการและความหมายที่แน่นอน ส่วนเครื่องมือที่มีความถาวรน้อยมักใช้ในการเสนอข่าวสาร และชักจูงและโน้มน้าวจิตใจ

แม็คควอล (McQuail) และคณะ (1972) กล่าวถึงหน้าที่สำคัญของโทรทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ชม 4 ประการ คือ

1. *Self – rating Appeal* คือ ผู้ชมได้พบเห็นบางสิ่งบางอย่างในตัวเขาเอง เช่น ปัญหาของตน บุคลิกภาพของตน

2. *Basic for Social Interaction* คือ เมื่อชมโทรทัศน์แล้วทำให้คนภายในครอบครัวมีการปะทะสังสรรค์กันมากขึ้น มีการพูดคุยกัน ถกเถียง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตลอดจนมีการแข่งขันกันตอบปัญหา ทำให้ครอบครัวมีความสนใจร่วมกัน (Shared Family Interest)

3. *Excitement* คือ เพื่อความตื่นเต้น เช่น ผู้ชมจะเดาว่าเหตุการณ์ในโทรทัศน์จะเป็นเช่นไร ใครจะเป็นผู้แพ้ ผู้ชนะ เช่น การตอบปัญหา การแข่งกีฬา นอกจากนี้ยังเป็นการหนีจากโลกของความจริงที่สับสนวุ่นวาย ดึงเครียดทางอารมณ์

4. *Education Appeal* การดูโทรทัศน์ทำให้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับตนเอง และโลกภายนอก ก่อให้เกิดการปรับปรุงตนเอง มีการปรับตัวที่ดีขึ้น เพราะข่าวสารที่ได้รับช่วยให้ทันโลกทันเหตุการณ์ ทำให้มีความรู้ความสามารถมากกว่าเดิม

2.2 คุณสมบัติของโทรทัศน์ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่รวมทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ เอาไว้ด้วยกัน แต่สื่อโทรทัศน์ก็ยังมีคุณสมบัติที่ทำให้แตกต่างจากสื่ออื่นๆ คือ

1. ทำให้เห็นเหมือนจริงและจับใจได้ ทำให้เกิดความเชื่อและเลื่อมใสและถูกชักจูงให้คล้อยตามได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

2. ทำให้ผู้ดูเกิดความทรงจำติดตามได้นาน

3. ภาพที่แสดงชักพาให้เด็ก และแม้ผู้ใหญ่เองเหมือนว่าเป็นจริง ทั้งๆที่ได้เสนอโดยผิดเพี้ยนความจริงไปบ้างเล็กน้อยก็ตาม

4. ภาพจะช่วยปลูกอารมณ์ฝันของเด็กได้ง่าย และสร้างรอยประทับใจเด็กได้ดีกว่าผู้ใหญ่ (บำรุง สุขพรรณ, 2522 : 5)

บำรุง สุขพรรณ (2522 : 4) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของโทรทัศน์ ดังนี้ คือ

1. วิทยุโทรทัศน์คุณลักษณะเท่ากับการรวมเอาสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภทเข้าด้วยกัน คือทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ ดังนั้นทุกครั้งที่ออกอากาศจึงได้รับความนิยม

มากกว่าสื่อมวลชนอย่างอื่นมาสู่ผู้ฟังถึงบ้าน ไม่ต้องไปที่โรงพยาบาล โดยเหตุนี้ผู้ปกครองจึงได้ดูร่วมกับเด็กมากกว่าการดูภาพยนตร์ตามโรง ฉะนั้นจึงมีโอกาสนอธิบายและชี้แจงแก่เด็ก สามารถควบคุมการดูของเด็กได้

2. โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ความดึงดูดใจได้มากกว่าวิทยุเพราะมีทั้งภาพ และเสียง ยิ่งเป็นโทรทัศน์สีก็ยิ่งทวีแรงจูงใจมากขึ้น

3. โทรทัศน์สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียง ซึ่งวิทยุกระจายเสียงอาจทำไม่ได้ เช่น รายการสารคดีท่องเที่ยว

4. โทรทัศน์สามารถทำให้ผู้ชมมีมโนภาพ (Concept) ได้ถูกต้อง เช่นเมื่อกล่าวถึงสิ่งที่ผู้ชมบางคนไม่เคยพบเห็น แต่ก็มีภาพให้ดูทำให้ผู้ดูเข้าใจในสิ่งนั้นและเกิดมโนภาพได้ถูกต้อง

5. ผู้ชมสามารถรับข่าวสารเรื่องราวจากโทรทัศน์ได้ดี เพราะผู้ชมโทรทัศน์สามารถรับทั้งการฟังและการได้เห็นภาพ

### 2.3 ประเภทของรายการโทรทัศน์

ลักษณะของการจัดรายการโทรทัศน์ โดยทั่วไปที่เป็นหลักสากลนั้น มีอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ (อุฬาร เนื่องจางงศ์, หน้า 43)

1. ให้ข่าวสาร
2. ให้การศึกษา หรือ ส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรม
3. ให้ความบันเทิง

ในประเทศไทยเรานั้น ทางกรมการบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ ที่มีชื่อเรียกย่อๆ ว่า กบว. ได้วางระเบียบบังคับไว้ให้สถานีวิทยุและโทรทัศน์ทุกสถานี ในเมืองไทยยึดถือเป็นแนวปฏิบัติเพียง 2 ประการเท่านั้น คือ

1. ให้ความรู้
2. ให้ข่าวสาร

ด้านความบันเทิงนั้น กบว. ไม่ได้วางกำหนดกฎเกณฑ์ไว้ เพราะถือว่าสถานีทุกแห่ง คงจะมุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟังผู้ชมอยู่แล้ว

ในต่างประเทศนั้น เขาจะระบุไว้เป็นที่แน่นอนว่า สถานีจะต้องให้ความรู้ ให้ข่าวสาร ให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟังผู้ชมแบ่งออกเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดขั้นต่ำสุดของเปอร์เซ็นต์ไว้ให้ สำหรับรายการประเภทความรู้ และข่าวสารด้านการบันเทิงนั้น ถือว่าสถานีส่วนใหญ่เน้นหนักเรื่อง ให้ความบันเทิงอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นที่จะต้องกำหนดจำนวนเปอร์เซ็นต์ไว้ให้เป็นการตายตัว

#### รายการบันเทิง

รายการบันเทิงนั้นอาจจะแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท เช่น

1. ประเภทเพลงหรือดนตรี
2. ประเภทละครหรือภาพยนตร์
3. ประเภทเบ็ดเตล็ด

#### รายการสาระความรู้

ถ้าไม่มีการวางกำหนดกฎเกณฑ์ให้สถานีต้องเสนอรายการประเภทสาระความรู้ไว้ บ้างแล้ว รับรองได้ว่าทุกสถานีจะไม่มีรายการประเภทนี้ ถ้าจำเป็นต้องมีก็มักจะบรรจุไว้ในช่วงเวลา ที่ไม่ค่อยมีคนมีคนดูคือในเวลา 16.00 - 17.00 ซึ่งช่วงเวลานี้ คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยว่างมานั่งดูทีวี หรือไม่กำลังอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องเดินทางกลับบ้านหลังจากเสร็จภารกิจประจำวัน

รายการประเภทส่งเสริมความรู้นั้น ถ้าสถานีคิดถึงเปอร์เซ็นต์ผู้ชมเป็นสำคัญแล้ว ก็ จะทำให้รายการประเภทนี้ไม่มีทางแพร่ภาพออกอากาศได้ รายการประเภทนี้ต้องไม่พิจารณาถึง จำนวนผู้ชมเป็นสำคัญ ต้องพิจารณาถึงการให้สิ่งที่เป็นสารพัดแก่ผู้ชมเป็นสำคัญหรือความรับผิดชอบ ในฐานะสื่อมวลชนที่ดี ที่จะต้องช่วยยกระดับของบุคคลในสังคมให้สูงขึ้น

#### รายการสำหรับเด็ก

ยกตัวอย่างให้เห็นง่ายๆ เช่น ทาง กบว. บังคับไว้ว่า ช่วงเวลา 18.00 - 18.30 น. ให้ทางสถานีทุกช่องเสนอรายการสำหรับเด็ก โดยไม่ได้บังคับลงไปให้แน่นอนว่ารายการนั้นต้องผลิต ในประเทศ



เมื่อเปิดแช่เว็บไซต์นี้โทรทัศน์บางช่อง ก็มองเห็นจุดไหวของข้อบังคับนี้ จึงใช้ช่วงเวลาดังกล่าวฉายหนังการ์ตูน เพราะไม่ต้องเสียเงินลงทุนทำรายการ และหนังการ์ตูนก็สามารถหาโฆษณาได้ง่ายด้วย (อุฟาร เนืองจันงค์, หน้า 43 - 44)

## 2.4 บทบาทของโทรทัศน์กับการพัฒนาการศึกษา

สำเนา วรางกูร อดีตหัวหน้าภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้กล่าวว่า “เดิมนั้นเรามักเข้าใจกันว่าการเรียนรู้จะมีแต่เฉพาะภายในห้องเรียน และด้วยสิ่งแวดล้อมสำหรับการเรียนเท่านั้นที่มีอยู่ในห้องเท่านั้น แต่ต่อมาก็ได้ตระหนักว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกห้องเรียน ก็เป็นแหล่งของการเรียนที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และประสบการณ์ ในการดำรงชีวิตของเด็กเหมือนกัน”

ฉะนั้นการศึกษาในปัจจุบันจึงได้แบ่งเวลาให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์มากกว่าที่จะเรียนรู้จากในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว นอกจากนั้นเมื่อคำนึงถึงการศึกษาตามแนวคิดในเรื่องการศึกษานอกห้องเรียน ที่ต้องการให้บุคคลได้มีโอกาสปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วย จึงเห็นความจำเป็นที่ต้องหาวิธีที่จะอำนวยความสะดวกของการศึกษาให้กว้างขึ้น และมียอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงที่จะช่วยให้การศึกษาแก่คนทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียงพร้อมทั้งมีการเคลื่อนไหวด้วย จึงสามารถให้ความรู้แก่ประชาชนได้ทุกรูปแบบ ตั้งแต่ความรู้ง่าย ๆ ไปจนถึงกระบวนการที่สลับซับซ้อน และเป็นเครื่องมือที่สามารถสอนได้เหมือนกับการสอนโดยตรงของครูผู้สอน (อนันต์ธนา อังกินันท์ และคณะ, 2525 : 141)

ซึ่งบทบาทและคุณค่าของโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาการศึกษา มีดังนี้ คือ

1. โทรทัศน์เป็นสื่อการสอนที่สามารถเข้าถึงผู้เรียนเป็นจำนวนมากๆในเวลาเดียวกันได้
2. โทรทัศน์เป็นการผสมผสาน ส่วนที่ดีที่สุดของวิทยุ และส่วนที่ดีที่สุดของภาพยนตร์เข้าด้วยกัน
3. โทรทัศน์เป็นสื่อการสอนที่สามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆของการเรียนรู้ได้หลายประการ เพราะสามารถเสนอความคิดที่สำคัญให้แก่ผู้เรียนได้เกิดความเข้าใจได้เป็นอย่างดี โดยใช้เทคนิคต่างๆ ในการทำภาพยนตร์และโทรทัศน์เข้ามาช่วย

4. โทรทัศน์สามารถช่วยในการสร้างทัศนคติต่างๆให้กับผู้ดู ฉะนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำสิ่งต่างๆออกเผยแพร่ จะได้คำนึงถึงเป็นอย่างมากกว่าจะมีผลต่อผู้ดู โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยเด็กอย่างไร

5. โทรทัศน์เป็นสื่อการสอน ที่สามารถให้ข่าวสารที่สำคัญได้ โดยไม่จำเป็นว่าผู้รับจะต้องมีความสามารถทางภาษาสูง หรือจะต้องอยู่ ณ สถานที่เกิดเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

6. โทรทัศน์เป็นสื่อการสอนที่ช่วยขยายความสัมพันธ์ส่วนตัวของครูที่เก่งๆ หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านหนึ่งด้านใดโดยเฉพาะไปยังผู้เรียนได้มากกว่า

7. โทรทัศน์มีส่วนช่วยให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาทางด้านต่างๆ ในสังคม ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ได้เห็นตัวอย่างที่ดีในโทรทัศน์ ทำให้ผู้เรียนเกิดแนวความคิดในการที่จะนำมาเป็นแบบอย่างต่อไป

8. โทรทัศน์มีความรวดเร็วในการเสนอข่าว อาจจะเป็นลักษณะการถ่ายทอดข่าวสด เช่น การชกมวยชิงแชมป์เปียนโลก การอภิเสกสมรสระหว่างเจ้าฟ้าชายชาร์ลกับเลดี้ไดอาน่า การเดินทางของนักบินอวกาศ ไปยังดวงจันทร์ ฯลฯ ในลักษณะต่างๆเหล่านี้ทำให้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และเกิดการเรียนรู้สูง

9. โทรทัศน์สามารถนำเอาอุปกรณ์การศึกษาอื่นๆ มาใช้ประกอบได้ เช่น ของจริง รูปภาพ ภาพยนตร์ ฯลฯ เข้ามาช่วยเป็นการทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในบทเรียนมากยิ่งขึ้น (อนันต์ธนา อังกินันท์ และคณะ , 2525 : 140 - 141)

บำรุง สุขพรรณ (2522 : 10 - 11) กล่าวว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือการศึกษาได้ทุก ระดับ นั่นคือ การศึกษาระดับประถม ระดับอุดมศึกษาและการศึกษาผู้ใหญ่ ซึ่งการศึกษาแต่ละระดับมีประโยชน์ดังนี้ คือ

1. **ระดับประถมและมัธยม** ในระดับนี้โทรทัศน์อาจจะทำหน้าที่เกี่ยวข้องอยู่ 4 ประการ คือ
  - เพิ่มพูนความสมบูรณ์แก่บทเรียนที่ครูสอนในชั้น เช่น ให้ตัวอย่างหรือแนะนำเรื่องใหม่ที่ไม่อยู่ในหนังสือเรียนด้านเชื่อมโยงโรงเรียนกับโลกภายนอก

- สอนวิชาโดยตรงอันเป็นวิชาที่ครูสอนปกติไม่มีความสามารถเท่า

- นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการอบรมครูประจำการ

- เป็นโรงเรียนทางอากาศ ในกรณีที่ท้องถิ่นนั้นไม่มีโรงเรียน

2. *ระดับอุดมศึกษา* การใช้โทรทัศน์ในระดับนี้ ในบางประเทศได้แก้ปัญหาครูสอนไม่พอหรือนักศึกษาที่นั่งไม่พอให้มีโอกาสเรียนมหาวิทยาลัยได้ โดยเรียนจากโทรทัศน์หรือที่เรียกกันว่ามหาวิทยาลัยทางอากาศ ในเรื่องนี้ญี่ปุ่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกาและรัสเซีย ได้รับความสำเร็จมาแล้ว

3. *การศึกษาผู้ใหญ่* เนื่องจากการศึกษาเป็นขบวนการตลอดชีวิต ดังนั้นผู้ใหญ่ก็ควรจะได้มีโอกาสได้รับการศึกษา ไม่ว่าเขาจะอยู่ที่แห่งใด โทรทัศน์จะเป็นเครื่องมือในการให้การศึกษานี้ที่สำคัญซึ่งจะทำหน้าที่ ให้การศึกษานี้หลายด้าน เช่น

- *แพร่กระจายความรู้ต่างๆ* ในยุคปัจจุบันนี้เป็นจุดของการทำลาย การผูกขาดความรู้เฉพาะกลุ่ม โทรทัศน์เป็นเครื่องมือแพร่กระจายความรู้ไปสู่คนทุกกลุ่มทุกระดับ เศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบันอยู่ในยุควิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อจะให้มนุษย์เข้าใจโลกที่เราอาศัยอยู่ การให้ความรู้และเทคโนโลยีการแพร่ไปสู่คนทุกคน จึงเป็นเรื่องที่จำเป็น การค้นคว้าทดลองต่างๆ ในด้านวิทยาศาสตร์ ด้านเกษตรกรรม ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากมิให้แพร่กระจายไปยังคนหมู่มาก แล้วย่อมจะได้ผลน้อย โทรทัศน์จะแพร่กระจายการค้นพบใหม่ๆ ไปยังหมู่ประชาชน ทำให้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

- *การศึกษาเพื่อความเป็นพลเมือง* โทรทัศน์จะช่วยให้ประชาชนได้คุ้นเคยและรู้เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับประเทศชาติตลอดจนกิจการต่างๆ นับว่าเป็นการกระตุ้นให้คนในชาติเกิดความสามัคคีกับเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะอย่างมีแบบแผน

นอกจากนี้รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา นั้น เป็นลักษณะเฉพาะในการนำความรู้ที่จะทำให้นักศึกษาดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นสุข เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม และเป็นพลเมืองดีของชาติ

## 2.5 อิทธิพลของโทรทัศน์

*อิทธิพลของโทรทัศน์* หมายถึง ผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแก่สังคมและวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงนี้บางอย่างเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และบางอย่างเป็นไปอย่างรวดเร็ว อนันต์ธนา อังกินันท์และคณะ (2525 : 59) ได้อธิบายถึงควมมีอิทธิพลของโทรทัศน์ไว้ คือ

1. *ขณะออกอากาศ* โทรทัศน์จะได้รับความนิยมมากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ ทั้งนี้ เพราะผู้ชมจะได้ชมทั้งภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกัน นอกจากนั้นถ้าหากเป็นโทรทัศน์สีก็จะช่วยให้ผู้ชมได้เห็นความสวยงามเหมือนตามธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2. *โทรทัศน์เปรียบเสมือนวิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์* มารวมกันคือได้ยินเสียงและส่งได้ไกลเหมือนวิทยุ ได้เห็นทั้งภาพและยินเสียงเหมือนภาพยนตร์ และมีลักษณะในการเสนอทั้งภาพและข่าวเหมือนกับหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้หากโทรทัศน์ที่ได้มีการเตรียมเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้ให้พร้อมแล้ว ก็จะสามารถนำรายการสดมาออกได้เหมือนกับข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งส่งไปถึงยังผู้ชมที่อยู่ในบ้านได้

3. *โทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ดูที่อยู่ทางบ้านได้เป็นอย่างดี* และนับวันจะมีอิทธิพลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของรายการโทรทัศน์ และคุณสมบัติของเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์ ปัจจุบันรายการทางโทรทัศน์ได้เป็นไปอย่างรวดเร็วมาก เช่น ข่าวต่างประเทศจากดาวเทียม ซึ่งสามารถรับภาพที่สถานีเมื่อเวลาตีสี่และนำออกฉายเมื่อเวลา 6 โมงเช้า นอกจากนั้นยังมีรายการสดที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น การถ่ายทอดมวลหรือฟุตบอลผ่านดาวเทียม การถ่ายทอดสดภายในประเทศ ตลอดจนภาพยนตร์เรื่องยาวที่เคยฉายตามโรงภาพยนตร์ใหญ่ๆ มาแล้ว ผู้ชมสามารถดูโทรทัศน์อยู่กับบ้านได้ โดยไม่ต้องเสียค่าเดินทางและค่าเข้าชมเหมือนอย่างภาพยนตร์ หรือการดูกีฬาต่างๆ เช่น มวย หรือฟุตบอล ฯลฯ

4. *ผู้ปกครองหรือบิดามารดาสามารถดูโทรทัศน์ไปพร้อมกับเด็ก* จึงมีโอกาสนิยามชี้แจง หรือตอบคำถามที่เด็กสงสัยได้ ทำให้การเรียนรู้ของเด็กมีลักษณะเป็น “ขบวนการสองทาง” ซึ่งทำให้การเรียนรู้ของเด็กได้พัฒนาอย่างรวดเร็วขึ้น ผิดกับการดูภาพยนตร์จะไม่มีโอกาสทำเช่นนี้ได้

และสำหรับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ ที่มีพลังต่อสังคมนั้น ก่อเกิดการพัฒนาในสังคมทางด้านต่างๆ ที่จะนำมากล่าวถึงคือ

### 1. สร้างพลังทางเศรษฐกิจ

*ประการแรก :* คือ การใช้สื่อโทรทัศน์นี้เพื่อส่งเสริมสภาพคล่องทางการค้าให้แก่วงการธุรกิจ อุตสาหกรรม สินค้าหรือธุรกิจใดเมื่อใช้โทรทัศน์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์การขายก็จะประสบ

ผลสำเร็จ เป็นสื่อที่ชักจูงการซื้อ การดำเนินการ ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตรา เกิดการตื่นตัวทางเศรษฐกิจ การลงทุน เมื่อชนในชาติมีการซื้อขายกันมาก สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปย่อมเติบโตก้าวหน้า รายได้ประชาชาติจะสูงขึ้น

*ประการที่สอง :* สื่อโทรทัศน์ช่วยกลั่นกรองคุณภาพ เมื่อเกิดการแข่งขันกันผลิตสินค้าที่ผลิตจะต้องมีคุณภาพ มีการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค มีการสร้างมาตรฐานอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ต่างๆ

## 2. สร้างพลังทางความคิด

สื่อมวลชนด้านโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจอย่างได้ผล เพราะสาริตหรือแสดงให้ประจักษ์ได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงพร้อมกัน นอกจากนั้นยังมีความทันต่อเหตุการณ์สูง

พัฒนาการของข่าวและเหตุการณ์ต่างๆ ทั่วโลกย่อมก่อให้เกิดสำนึกขึ้นในจิตใจของมวลชน สามารถวิเคราะห์เหตุวิเคราะห์ผลตามไป ทำให้มวลชนเป็นนักคิด รู้จักใช้ดุลยพินิจ ไตร่ตรอง และในที่สุดสามารถตัดสินใจได้ว่าสิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี

## 3. สร้างพลังทางวัฒนธรรม

รายการโทรทัศน์ผลิตออกมาโดยใช้ "ศาสตร์ทางวิทยุและโทรทัศน์" และการใช้ "ศิลปะของการแสดง" ประกอบกัน ระดับสนิยมของมวลชนของแต่ละประเทศสามารถประเมินได้ทางหนึ่งจากรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทบันเทิงและรายการทางวัฒนธรรม เพราะรายการเหล่านี้จำลองชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน และความสนใจร่วมของมวลชนออกมาบนจอโทรทัศน์ (รักษาศึกษ์ วัฒนธรรมานิช และคณะ , 2530 : 461 - 462)

### 3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อสังคม

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในฐานะตัวแปรต้นสามารถนำการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้ โดยการศึกษาถึงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะอะไร นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติ และกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนเสถียร , 2533 : 118)

ความรู้ (Knowledge) ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับและแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดนั้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคม มักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดและความรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจสื่อด้านพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และทัศนคติเป็นพรหมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้ กับพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 122)

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคลผู้นั้นที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของตนเอง การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ การแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระจายต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมามีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 123)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้น ระวังใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง เช่น บรรยากาศในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร

2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนให้ยอมรับได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ก็เพราะเห็นผู้สมัครคนนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้เลิกซื้อสินค้าอื่น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหาวิธีดำเนินงานและการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

โรเจอร์ส (Rogers, 1973 : 43) กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่าการสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร (Change in Receiver's Knowledge)
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Change in Receiver's Attitude)
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร (Change in Receiver's Behavior)

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 นี้จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน คือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใด ก็เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ และความรู้ ความเข้าใจนี้จะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา



#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### งานวิจัยในประเทศ

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และตอบสนองความต้องการ พบว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ คือกลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันมากกว่ากลุ่มเพศชาย และกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันที่แตกต่างกัน

วิไลรัตน์ พูนวสิน (2534) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความต้องการรายการโทรทัศน์ของเด็กชนบทในจังหวัดสุรินทร์” พบว่า การดูโทรทัศน์เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักของเด็กและครอบครัว ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมทางสังคมที่เด็กๆ สามารถเลือกรายการที่ตัวเองต้องการได้

ตรีรัตน์ นิลรัตน์ (2536) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า นักศึกษาชอบดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาตลก สนุกสนาน โดยดูร่วมกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด นักศึกษาที่มารดามีอาชีพต่างกันมีลักษณะการดูละครโทรทัศน์ต่างกัน นักศึกษาที่เรียนต่างสาขากัน ภูมิลำเนาต่างกัน อาชีพบิดาต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพต่างกัน และลักษณะการดู ระดับการติดตามดู ระดับความตั้งใจดูละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ สติปัญญาและจริยธรรม ส่วนปริมาณการดูละครโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเอง

วิยดา เกี้ยวกุล (2537) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

อรณี ฝูงวรรณลักษณ์ (2537) ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร" พบว่า เพศ อายุ อาชีพและสถานภาพทางครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกฯ การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

สุกัญญา เพียรธุระกิจ (2539) ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า สตรีที่มีลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีต่างกัน การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการรับรู้ประโยชน์ต่างๆ และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ "รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง" ของผู้ชม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 คน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาทีปัญหาบ้านเมือง ระดับการศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาทีปัญหาบ้านเมือง รวมถึงพฤติกรรมการเปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบเนื้อหาและระยะเวลาการออกอากาศ

#### งานวิจัยต่างประเทศ

รูบิน (Rubin, 1979) (อ้างใน ปัทมาวดี หล่อวิจิตร , 2539) ได้ผลการวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ สนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์ พบว่าการดูรายการต่างๆ ในผู้ชมที่สูงอายุมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่างๆจากโทรทัศน์ เช่น ผู้มีความสนใจจะติดตามข่าวสารทางการเมืองจะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่างๆ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจใช้สื่อในการฆ่าเวลากับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979) วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่างๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยเหลือปัญหาต่างๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นการแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูงและมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง - ความพึงพอใจต่ำ หรือ ความคาดหวังต่ำ - ความพึงพอใจสูง

โรนอลด์ เจ คอมเพซี (Ronald J. Compesi, 1980) ศึกษาผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มใหญ่ๆ และตีความหมาย ความสำคัญของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ หาค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มปัจจัยบนฐานของค่าเฉลี่ยปัจจัยทั้งหมด ได้ผลคือกลุ่มปัจจัยที่จัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มใหญ่ คือผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัยเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู 4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคมในการติดต่อกับคนอื่น รวมทั้งการดูกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น 7. ดูเพื่อสำรวจความจริง หรือเพื่อหาคำแนะนำเพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของผู้ดู หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล ช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเองและชีวิตของคนอื่นๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม กลุ่มของความพึงพอใจต่างๆเหล่านี้ จะช่วยเป็นประโยชน์ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้นชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

เวนเนอร์ (Wenner, 1986) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการ ฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) ด้านความบันเทิง/พักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment/Diversion) การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Utility) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (Parasocial Interaction) รวม 12 รายการ (Statements) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมทางโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความ

สัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่างๆดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ” ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### ประชากรที่ทำการศึกษา

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ อาจารย์ที่ทำการสอนระดับอุดมศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคเหนือ ได้แก่ อาจารย์วิทยาลัยโยนก จำนวน 76 คน , อาจารย์มหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 363 คน, อาจารย์วิทยาลัยภาคกลาง จำนวน 115 คน, อาจารย์วิทยาลัยลุ่มน้ำปิง จำนวน 53 คน , อาจารย์มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา จำนวน 61 คน

#### กลุ่มตัวอย่าง

เลือกตัวอย่างโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้อาจารย์วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวน 76 คน

#### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การจำแนกตัวแปร อาศัยการจำแนกตามสมมุติฐาน ดังนี้ คือ

สมมุติฐานที่ 1: พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งวัดโดย

- ความบ่อยในการชมรายการโทรทัศน์
- ระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์

ตัวแปรตาม คือ การนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 2: การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท มีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตัวแปรอิสระ คือ การชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ซึ่งวัดโดย ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ และระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่

- ประเภทข่าว
- ประเภทความคิดเห็น
- ประเภทความรู้
- ประเภทบันเทิง
- ประเภทโฆษณา

ตัวแปรตาม คือ การนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 3: อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน และคณะที่สังกัด

ตัวแปรตาม คือ การนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 4 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

ตัวแปรอิสระ คือ 1. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งวัดโดยความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์และระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์

2. เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน และคณะ

สังกัด

ตัวแปรตาม คือ การนำความรู้จากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งลักษณะส่วนใหญ่เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน และคณะที่สังกัด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ ระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์แต่ละวัน ประเภทของรายการที่ชื่นชอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ที่ชมมาใช้ในการเรียนการสอน วิธีการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมช่วยในการเรียนการสอนของรายการโทรทัศน์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ควรปรับปรุง

### การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือของเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. **การหาความเที่ยงตรง (Validity)** โดยการนำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วเสนอให้คณะกรรมการที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นผู้พิจารณา โดยเน้นความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องเหมาะสมของภาษา เพื่อขอคำแนะนำแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูล

2. **การหาความเชื่อถือได้ (Reliability)** โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาและนำมาแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Pretest) กับอาจารย์ผู้สอนจำนวน 20 คน เพื่อศึกษาความเข้าใจในคำถามว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตั้งคำถามหรือไม่เพียงพอ และนำแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มาหาค่าความเชื่อมั่นแบบของสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Cronbach Coefficient) (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 116) ตามสูตร คือ

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

เมื่อ

$\alpha$  = ค่าความเชื่อถือได้

$k$  = จำนวนข้อ

$V_i$  = ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการทดลองใช้ (Try out) แบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถามด้วยการคำนวณ Alpha Coefficient โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows ได้ค่าความเชื่อถือได้ ดังนี้

- แบบสอบถามทั้งหมด = .79
- แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชมโทรทัศน์ ระยะเวลาในการชมแต่วัน ประเภทของรายการที่ชอบชม = .85
- แบบสอบถามเกี่ยวกับการนำเอาเนื้อหาของสาระของรายการโทรทัศน์ที่ชม มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน = .79

จึงสามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามครั้งนี้ มีความเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม จำนวน 76 ชุด ไปขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกับอาจารย์ประจำทุกคนของวิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง โดยทำการสำรวจในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2543



## การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์

### 1. ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ใน 1 สัปดาห์

ทุกวัน	ให้คะแนน 5 คะแนน
5 - 6 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 4 คะแนน
3 - 4 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 3 คะแนน
1 - 2 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ชมเลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชม ระดับต่ำมาก
- 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชม ระดับต่ำ
- 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชม ระดับปานกลาง
- 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชม ระดับสูง
- 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชม ระดับสูงมาก

### 2. ระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละวัน

มากกว่า 2 ชม.	ให้คะแนน 5 คะแนน
1 - 2 ชม.	ให้คะแนน 4 คะแนน
30 นาที - 59 นาที	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อยกว่า 30 นาที	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ชมเลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00 - 1.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์แต่ละวัน ระดับต่ำมาก
- 1.51 - 2.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์แต่ละวัน ระดับต่ำ
- 2.51 - 3.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์แต่ละวัน ระดับปานกลาง
- 3.51 - 4.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์แต่ละวัน ระดับสูง
- 4.51 - 5.00 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์แต่ละวัน ระดับสูงมาก

### 3. ความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว ประเภทความคิดเห็น ประเภทความรู้ ประเภทบันเทิง ประเภทโฆษณา ใน 1 สัปดาห์

ทุกวัน	ให้คะแนน 5 คะแนน
--------	------------------

5 - 6 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 4 คะแนน
3 - 4 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 3 คะแนน
1 - 2 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ชมเลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 - 1.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว	ประเภทความคิด
ประเภทความรู้ ประเภทโฆษณาใน 1 สัปดาห์ ระดับต่ำมาก	
1.51 - 2.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว	ประเภทความคิด
ประเภทความรู้ ประเภทโฆษณาใน 1 สัปดาห์ ระดับต่ำ	
2.51 - 3.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว	ประเภทความคิด
ประเภทความรู้ ประเภทโฆษณาใน 1 สัปดาห์ ระดับปานกลาง	
3.51 - 4.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว	ประเภทความคิด
ประเภทความรู้ ประเภทโฆษณาใน 1 สัปดาห์ ระดับสูง	
4.51 - 5.00 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทข่าว	ประเภทความคิด
ประเภทความรู้ ประเภทโฆษณาใน 1 สัปดาห์ ระดับสูงมาก	

#### 4. ระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน

ทุกวัน	ให้คะแนน 5 คะแนน
5 - 6 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 4 คะแนน
3 - 4 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 3 คะแนน
1 - 2 วัน/สัปดาห์	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ชมเลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 - 1.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมรายการประเภทต่างๆ แต่ละวัน	ระดับต่ำมาก
1.51 - 2.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมรายการประเภทต่างๆ แต่ละวัน	ระดับต่ำ
2.51 - 3.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมรายการประเภทต่างๆ แต่ละวัน	ระดับปานกลาง
3.51 - 4.50 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมรายการประเภทต่างๆ แต่ละวัน	ระดับสูง
4.51 - 5.00 หมายถึง มีระยะเวลาที่ชมรายการประเภทต่างๆ แต่ละวัน	ระดับสูงมาก

#### 5. การนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน

76 - 100 เปอร์เซนต์	ให้คะแนน 5 คะแนน
---------------------	------------------

51 – 75 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 4 คะแนน
25 – 50 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 3 คะแนน
1 – 25 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ได้ใช้เลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน ระดับต่ำมาก

1.51 – 2.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน ระดับต่ำ

2.51 – 3.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน ระดับปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน ระดับสูง

4.51 – 5.00 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน ระดับสูงมาก

6. การนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ประเภทความคิดเห็น ประเภทความรู้ ประเภทบันเทิง ประเภทโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

76 – 100 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 5 คะแนน
51 – 75 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 4 คะแนน
25 – 50 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 3 คะแนน
1 – 25 เปอร์เซ็นต์	ให้คะแนน 2 คะแนน
ไม่ได้ใช้เลย	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ความคิดเห็น ความรู้ บันเทิง และการโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระดับต่ำมาก

1.51 – 2.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ความคิดเห็น ความรู้ บันเทิง และการโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระดับต่ำ

2.51 – 3.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ความคิดเห็น ความรู้ บันเทิง และการโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระดับปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ความคิดเห็น ความรู้ บันเทิง และการโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระดับสูง

4.51 – 5.00 หมายถึง มีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการประเภทข่าว ความคิดเห็น ความรู้ บันเทิง และการโฆษณา มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระดับสูงมาก

#### 7. วิธีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปรความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการนำมาใช้ ระดับต่ำมาก

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการนำมาใช้ ระดับต่ำ

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการนำมาใช้ ระดับปานกลาง

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการนำมาใช้ ระดับสูง

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความบ่อยครั้งในการนำมาใช้ ระดับสูงมาก

#### 8. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเรียนการสอน

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปรความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับต่ำมาก

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับต่ำ

- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับปานกลาง  
 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับสูง  
 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับสูงมาก

9. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันควรจะปรับปรุง

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับต่ำมาก  
 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับต่ำ  
 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับปานกลาง  
 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับสูง  
 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน จากแบบสอบถามทั้งหมด คือ ส่วนที่ 1 , ส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 โดยคำนวณการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในกรณีการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในสมมติฐาน (สมมติฐานที่ 1 และ 2) และ T - test กับ ANOVA (สมมติฐานที่ 3) ในกรณีที่หาความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน คณะที่สังกัด รวมทั้งประเภทของรายการที่ชม โดยทดสอบความแตกต่างรายคู่

ด้วยวิธี Scheffe และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple – Regression Analysis) (สมมติฐานที่ 4)

#### การประมวลผลข้อมูล

เมื่อบรรณข้อมูลได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำไปลงรหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows



ส  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย “พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ” จะเป็นไปตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (*Descriptive Statistics*) โดยการนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (*Frequency*) ร้อยละ (*Percentage*) ค่าเฉลี่ย (*Mean*) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*Standard deviation*) เพื่ออธิบาย

- 1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะที่สังกัด และประสบการณ์ในการสอนหนังสือ
- 1.2 พฤติกรรมในการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความบ่อยในการชมโทรทัศน์ และระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์
- 1.3 พฤติกรรมในการชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท ได้แก่ ประเภทข่าว ประเภทความรู้ ประเภทความคิด ประเภทบันเทิง และประเภทโฆษณา
- 1.4 การนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน
- 1.5 การนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน
- 1.6 วิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน
- 1.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนร่วมช่วยในการเรียนการสอน
- 1.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันควรจะปรับปรุง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (*Inferential Statistics*) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (*Hypothesis Testing*) โดยการนำข้อมูลมาคำนวณและใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (*Pearson's Product Moment Correlation Coefficient*) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2

โดยค่า  $r$  จะบอกถึงระดับความสัมพันธ์ดังนี้ (สุวัฒนา สุวรรณเขตนิยม, 2539)

ค่า $r$ น้อยกว่า 0.30	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย
ค่า $r$ ระหว่าง 0.31 – 0.8	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ค่า $r$ มากกว่า 0.8	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ค่า $r$ เท่ากับ 1	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ทิศทางเดียวกัน
ค่า $r$ เท่ากับ -1	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ทิศทางตรงกันข้าม

2.2 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One – way ANOVA*) และ *T-test* เพื่อทดสอบและอธิบายในกรณีที่ทำค่าความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน คณะที่สังกัด รวมทั้งประเภทของรายการที่ชม กับการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน และทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี *Scheffe* เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3

2.3 ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (*Multiple – Regression Analysis*) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 (พฤติกรรมกรมการชมโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (*Descriptive Statistics*)

1.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ซึ่งสามารถแจกแจงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

#### เพศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	33	43.4
หญิง	43	56.6
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 43.4 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 56.6

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### อายุ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	41	53.9
31 – 40 ปี	22	28.9
41 – 50 ปี	6	7.9
51 ปีขึ้นไป	7	9.2
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20 – 30 ปี มีจำนวนมากที่สุดมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมาได้แก่ช่วงอายุ 31 - 40 ปี, ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป และช่วงอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 , 9.2 และ 7.9 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	21	27.6
ปริญญาโท	50	65.8
ปริญญาเอก	5	6.6
อื่นๆ	0	0
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาได้แก่ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.6 และระดับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 6.6

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### คณะที่สังกัด

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่สังกัด

คณะที่สังกัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คณะบริหารธุรกิจ	31	40.8
คณะนิเทศศาสตร์	12	15.8
คณะศิลปศาสตร์	30	39.5
คณะเศรษฐศาสตร์	3	3.9
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามคณะที่สังกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างสังกัดคณะบริหารธุรกิจและคณะศิลปศาสตร์มีจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ สังกัดคณะนิเทศศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 และคณะที่กลุ่มตัวอย่างสังกัดมีจำนวนน้อยที่สุด คือ คณะเศรษฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.9

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์ในการสอนหนังสือ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการสอน

ประสบการณ์ในการสอนฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	22	28.9
3-5 ปี	26	34.2
6-10 ปี	18	23.7
มากกว่า 10 ปี	10	13.2
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประสบการณ์ในการสอน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาประสบการณ์การสอน 3 - 5 ปี และระย่น้อยกว่า 3 ปีมีจำนวนมากที่สุด เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 34.2 และ 28.9 ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ระย่น้อยกว่า 3 ปี, ระยะเวลา 6 - 10 ปี และประสบการณ์ในการสอนมากกว่า 10 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

### ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ใน 1 สัปดาห์

ความบ่อยครั้งในการชมรายการฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชมรายการทุกวัน	56	73.7
5 - 6 วัน	7	9.2
3 - 4 วัน	9	11.8
1 - 2 วัน	4	5.3
ไม่ชมรายการเลย	0	0
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ทุกวันมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมาได้แก่ ชมรายการโทรทัศน์ 3 - 4 วัน , 5 - 6 วัน ตามลำดับ และไม่มีผู้ใดที่ไม่ชมรายการโทรทัศน์เลยใน 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 0

ระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์แต่ละวัน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยแต่ละวัน

ระยะเวลาชมรายการแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 2 ชม./วัน	36	47.4
1 – 2 ชม./วัน	33	43.4
30 นาที – 59 นาที/วัน	2	2.6
น้อยกว่า 30 นาที/วัน	5	6.6
ไม่ชมรายการเลย	0	0
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 2 ชม./วัน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 มีจำนวนใกล้เคียงกับที่ใช้ระยะเวลาชมรายการโทรทัศน์ 1 – 2 ชม./วัน ซึ่งมีจำนวนรองลงมา และไม่มีผู้ใดไม่ใช้เวลาในการชมรายการโทรทัศน์เลยใน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 0

### 1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

#### ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมใน 1 สัปดาห์

ความบ่อย รายการ	ทุกวัน (ร้อยละ)	5-6 วัน (ร้อยละ)	3-4 วัน (ร้อยละ)	1-2 วัน (ร้อยละ)	ไม่ชมเลย (ร้อยละ)	รวม
ประเภทข่าว	50 (65.8)	14 (18.4)	8 (10.5)	4 (5.3)	0 (0)	76 (100.0)
ประเภทความรู้	15 (19.5)	10 (13.2)	27 (35.5)	24 (31.6)	0 (0)	76 (100.0)
ประเภทความคิด	12 (15.8)	7 (9.2)	28 (36.8)	26 (34.2)	3 (3.9)	76 (100.0)
ประเภทบันเทิง	26 (34.2)	7 (9.2)	18 (23.7)	21 (27.6)	4 (5.3)	76 (100.0)
การโฆษณา	41 (53.9)	12 (15.8)	9 (11.8)	13 (17.1)	1 (1.3)	76 (100.0)

จากตารางที่ 8 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามปริมาณการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ใน 1 สัปดาห์ พบว่า

- รายการประเภทข่าว กลุ่มตัวอย่างที่ชมทุกวันมีจำนวนมากที่สุดเกือบเท่ากับจำนวนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 65.8 และไม่มีผู้ใดที่ไม่ชมรายการประเภทข่าวนเลย คิดเป็นร้อยละ 0
- รายการประเภทความรู้ กลุ่มตัวอย่างที่ชม 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ และ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวนมากใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และ 31.6 ตามลำดับ และไม่มีผู้ใดที่ไม่ชมรายการประเภทความรู้เลย คิดเป็นร้อยละ 0
- รายการประเภทความคิด กลุ่มตัวอย่างที่ชม 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ และ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวนมากใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และ 34.2 ตามลำดับ และไม่ชมเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.9



- *รายการประเภทบันเทิง* กลุ่มตัวอย่างที่ชมทุกวัน มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 34.2 และ 27.6 ตามลำดับ และไม่ชมเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3
- *การโฆษณา* กลุ่มตัวอย่างที่ชมทุกวัน มีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 53.9 และไม่ชมเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความบ่อยครั้งของประเภทรายการโทรทัศน์ ที่กลุ่มตัวอย่างชมใน 1 สัปดาห์

ประเภทรายการโทรทัศน์	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ความบ่อยครั้งในการชม
ประเภทข่าว	4.45	0.89	สูง
ประเภทความรู้	3.21	1.10	ปานกลาง
ประเภทความคิด	2.99	1.11	ปานกลาง
ประเภทบันเทิง	3.39	1.35	สูง
การโฆษณา	4.04	1.22	สูง

จากตารางที่ 9 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามปริมาณการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ใน 1 สัปดาห์ พบว่า

- ปริมาณการชมรายการโทรทัศน์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเภทความรู้และประเภทความคิด ตามลำดับ
- ปริมาณการชมรายการโทรทัศน์ในระดับสูง ได้แก่ ประเภทข่าว, โฆษณาและบันเทิง ตามลำดับ

ทั้งนี้ไม่มีรายการประเภทใดที่มีปริมาณการชมในระดับต่ำ, ต่ำมาก และสูงมาก

**ระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์แต่ละวัน**

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน

รายการ	ความบ่อย มากกว่า 2 ชม. (ร้อยละ)	1 – 2 ชม. (ร้อยละ)	30-59 นาที (ร้อยละ)	น้อยกว่า 30 นาที (ร้อยละ)	ไม่ชมเลย (ร้อยละ)	รวม
ประเภทข่าว	18 (23.7)	26 (34.2)	25 (32.9)	6 (7.9)	1 (1.3)	76 (100.0)
ประเภทความรู้	5 (6.6)	25 (32.9)	29 (38.2)	17 (22.4)	0 (0)	76 (100.0)
ประเภทความคิด	3 (3.9)	22 (28.9)	31 (40.8)	17 (22.4)	3 (3.9)	76 (100.0)
ประเภทบันเทิง	11 (14.5)	31 (40.8)	14 (18.4)	18 (23.7)	2 (2.6)	76 (100.0)
การโฆษณา	11 (14.5)	15 (19.7)	21 (27.6)	25 (32.9)	4 (5.3)	76 (100.0)

จากตารางที่ 10 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์แต่ละรายการในแต่ละวัน พบว่า

- รายการประเภทข่าว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาชม 1-2 ชม. และ 30-59 นาทีมากที่สุด มีจำนวนเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 34.2 และ 32.9 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ชมรายการประเภทข่าวเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3
- รายการประเภทความรู้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาชม 30-59 นาทีมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 ชม.ต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และ 32.9 ตามลำดับ และไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดที่ไม่ชมเลย คิดเป็นร้อยละ 0
- รายการประเภทความคิด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาชม 30-59 นาทีมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 ชม. และ น้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 40.8, 28.9 และ 22.4 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ชมมากกว่า 2 ชม.และไม่ชมเลยมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.9

- *รายการประเภทบันเทิง* กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาชม 1 -2 ชม. มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ชมเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.6
- *ประเภทการโฆษณา* กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาชมน้อยกว่า 30 นาทีมากที่สุด รองลงมาคือ 30 -59 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และ 27.6 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ชมเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับของระยะเวลาการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน

ประเภทรายการโทรทัศน์	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ระดับของระยะเวลา
ประเภทข่าว	3.71	0.96	สูง
ประเภทความรู้	3.24	0.88	ปานกลาง
ประเภทความคิด	3.07	0.91	ปานกลาง
ประเภทบันเทิง	3.41	1.09	ปานกลาง
การโฆษณา	3.05	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน พบว่า

- ระยะเวลาการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละวันอยู่ในระดับสูง คือ รายการประเภทข่าว
- ระยะเวลาการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละวันอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเภทบันเทิง , ประเภทความรู้ , ประเภทความคิด และการโฆษณา ตามลำดับ

ทั้งนี้ไม่มีรายการประเภทใดที่มีปริมาณการชมในระดับต่ำ , ต่ำมาก และสูงมาก

1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระของภาควิชาการโทรทัศนมาใช้  
ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ปริมาณการใช้

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการ  
นำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศนมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ปริมาณการนำมาใช้ฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 25 %	20	26.3
26 – 50 %	30	39.5
51 – 75 %	16	21.1
76 – 100 %	7	9.2
ไม่ใช้เลย	3	3.9
รวม	76	100.0

จากตารางที่ 12 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามปริมาณการนำเนื้อหาสาระจากการ  
ชมรายการโทรทัศนมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่นำเนื้อหาสาระของ  
การชมรายการโทรทัศนมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนปริมาณ 26 – 50% มีจำนวนมากที่สุด  
คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาได้แก่ 1 – 25% , 51 – 75% , 76 – 100% ตามลำดับ และ  
ไม่นำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนเลย มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.9

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ปริมาณการใช้แต่ละประเภทรายการ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ระดับการนำไปใช้ ประเภทรายการ	1 – 25	26 – 50	51 – 75	76 – 100	ไม่ใช่เลย	รวม
	% (ร้อยละ)	% (ร้อยละ)	% (ร้อยละ)	% (ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
ประเภทข่าว	17 (22.4)	18 (23.7)	32 (42.1)	6 (7.9)	3 (3.9)	76 (100.0)
ประเภทความรู้	15 (19.7)	23 (30.3)	27 (35.5)	8 (10.5)	3 (3.9)	76 (100.0)
ประเภทความคิด	15 (19.7)	32 (42.1)	20 (26.3)	4 (5.3)	5 (6.6)	76 (100.0)
ประเภทบันเทิง	42 (55.3)	21 (27.6)	3 (3.9)	2 (2.6)	8 (10.5)	76 (100.0)
การโฆษณา	25 (32.9)	19 (25.0)	8 (10.5)	5 (6.6)	19 (25.0)	76 (100.0)

จากตารางที่ 13 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ในการเรียนการสอน พบว่า

- รายการประเภทข่าว กลุ่มตัวอย่างที่นำปริมาณเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน 26 – 50% มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.9
- รายการประเภทความรู้ กลุ่มตัวอย่างที่นำปริมาณเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน 51 – 75% มีจำนวนมากที่สุดใกล้เคียงกับปริมาณ 26 – 50% คิดเป็นร้อยละ 35.5 และ 30.3 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.9
- รายการประเภทความคิด กลุ่มตัวอย่างที่นำปริมาณเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน 26 – 50% มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ปริมาณ 76 – 100% มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3
- รายการประเภทบันเทิง กลุ่มตัวอย่างที่นำปริมาณเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน 1 - 25% มีจำนวนมากที่สุด มากกว่าครึ่งหนึ่ง

ของจำนวนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 55.3 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ปริมาณ 76 – 100% มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.6

- **รายการโฆษณา** กลุ่มตัวอย่างที่นำปริมาณเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน 1 – 25% มีจำนวนมากที่สุดเป็น 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.9 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ปริมาณ 76 – 100% มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.6





ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับปริมาณการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ประเภทรายการโทรทัศน์	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ระดับของปริมาณ
ประเภทข่าว	3.28	1.03	ปานกลาง
ประเภทความรู้	3.29	1.03	ปานกลาง
ประเภทความคิด	3.04	0.97	ปานกลาง
ประเภทบันเทิง	2.33	0.82	ต่ำ
การโฆษณา	2.41	1.17	ต่ำ

จากตารางที่ 14 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน พบว่า

- ระดับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ในการเรียนการสอนระดับต่ำ ได้แก่ รายการประเภทประเภทโฆษณาและบันเทิง ตามลำดับ
- ระดับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ในการเรียนการสอนระดับปานกลาง ได้แก่ รายการประเภทความรู้ ประเภทข่าว และประเภทความคิด ตามลำดับ

ทั้งนี้ไม่มีรายการประเภทใด ที่มีระดับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ในการเรียนการสอนระดับต่ำมาก ระดับสูงและระดับสูงมาก

1.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระของการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

วิธีการใช้

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

วิธีการ	ระดับนำไปใช้	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	รวม
จดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้สน. ฟัง		4 (5.3)	10 (13.2)	23 (30.3)	24 (31.6)	15 (19.7)	76 (100.0)
บันทึกเทปรายการนำมาให้สน. ชม		0 (0)	0 (0)	11 (14.5)	23 (30.3)	42 (55.3)	76 (100.0)
ให้สน.ติดตามข่าวสารแล้วสรุป มาส่ง		3 (3.9)	10 (13.2)	19 (25.0)	24 (31.6)	20 (26.3)	76 (100.0)
นำเนื้อหาประกอบใช้เฉพาะที่ สอดคล้องกับวิชา		12 (15.8)	37 (48.7)	14 (18.4)	10 (13.2)	3 (3.9)	76 (100.0)
นำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์มาสอด แทรกไม่ว่าจะสอดคล้องหรือไม่ก็ ตาม		10 (13.2)	20 (26.3)	24 (31.6)	16 (21.1)	6 (7.9)	76 (100.0)

จากตารางที่ 15 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน พบว่า

- วิธีการจดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้นักศึกษาฟัง กลุ่มตัวอย่างมีการนำมาใช้ปานกลางและน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน เป็น 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31.6 และ 30.3 ตามลำดับ
- วิธีการบันทึกเทปรายการโทรทัศน์แล้วนำมาให้นักศึกษาชม กลุ่มตัวอย่างมีการนำมาใช้น้อยที่สุด มีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 55.3
- วิธีการให้นักศึกษาติดตามข่าวสารต่างๆจากรายการโทรทัศน์แล้วสรุปบันทึกนำมาส่ง กลุ่มตัวอย่างมีการนำมาใช้น้อยและน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 และ 26.3 ตามลำดับ

- วิธีการนำเนื้อหาจากรายการมาใช้ประกอบการเรียนการสอนเฉพาะกรณีที่เนื้อหานั้นสอดคล้องกับวิชาที่สอนเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างมีการนำมาใช้ระดับมากมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7
- วิธีการนำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มาสอดแทรกในการเรียนการสอนอยู่เสมอไม่ว่าเนื้อหานั้นจะสอดคล้องกับวิชาที่สอนหรือไม่ก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีการนำมาใช้ปานกลางมีจำนวนมากที่สุด เป็น 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 31.6



ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับของความบ่อยครั้งของวิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

วิธีการนำไปใช้	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ระดับความบ่อยครั้ง
1. จัดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้นักศึกษาฟัง	2.53	1.11	ปานกลาง
2. บันทึกเทปรายการโทรทัศน์แล้วนำมาให้นักศึกษาชม	1.59	0.73	ต่ำ
3. ให้นักศึกษาติดตามข่าวสารต่างๆจากรายการโทรทัศน์แล้วสรุปบันทึกนำมาส่ง	2.37	1.13	ต่ำ
4. นำเนื้อหาจากรายการมาใช้ประกอบการเรียนการสอนเฉพาะกรณีที่เนื้อหานั้นสอดคล้องกับวิชาที่สอนเท่านั้น	3.59	1.04	สูง
5. นำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มาสอดแทรกในการเรียนการสอนอยู่เสมอไม่ว่าเนื้อหานั้นจะสอดคล้องกับวิชาที่สอนหรือไม่ก็ตาม	3.16	1.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่าง ตามวิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอน พบว่า

- วิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอนในระดับต่ำ ได้แก่ วิธีการให้นักศึกษาติดตามข่าวสารต่างๆจากรายการโทรทัศน์แล้วสรุปบันทึกนำมาส่ง และการบันทึกเทปรายการโทรทัศน์แล้วนำมาให้นักศึกษาชมตามลำดับ
- วิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอนในระดับปานกลาง ได้แก่ วิธีการนำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มาสอดแทรกในการเรียนการสอนอยู่เสมอไม่ว่าเนื้อหานั้นจะสอดคล้องกับวิชาที่สอนหรือไม่ก็ตามและ วิธีการจัดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้นักศึกษาฟัง ตามลำดับ
- วิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอนในระดับสูง ได้แก่ วิธีการนำเนื้อหาจากรายการมาใช้ประกอบการเรียนการสอนเฉพาะกรณีที่เนื้อหานั้นสอดคล้องกับวิชาที่สอนเท่านั้น

1.6 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ที่มีส่วนช่วยในการเรียนการสอน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอน

วิธีการ	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	รวม
ช่วยให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนานและทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้น	11 (14.5)	31 (40.8)	27 (35.5)	6 (7.9)	1 (1.3)	76 (100.0)
ทำให้อาจารย์และนักศึกษา มีการพัฒนาตนเองสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้น	20 (26.3)	30 (39.5)	25 (32.9)	0 (0)	1 (1.3)	76 (100.0)
ทำให้อาจารย์สามารถนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	7 (9.2)	29 (38.2)	32 (42.1)	5 (6.6)	3 (3.9)	76 (100.0)
เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีสาระและเนื้อหา ขาดความน่าสนใจมาช่วยพัฒนาการเรียนการสอน	7 (9.2)	12 (15.8)	46 (60.5)	10 (13.2)	1 (1.3)	76 (100.0)
เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน	5 (6.6)	27 (35.5)	28 (36.8)	14 (18.4)	2 (2.6)	76 (100.0)

จากตารางที่ 17 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอน พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ช่วยทำให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนานและทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้นในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8
- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ทำให้อาจารย์และนักศึกษามีการพัฒนาตนเองสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้นใน

ระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ 32.9 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ทำให้อาจารย์สามารถนำเอาเนื้อหาสาระและจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเท่านั้นในระดับปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.1 และ 38.2 ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีสาระและเนื้อหาช่วยพัฒนาการเรียนการสอน ระดับปานกลาง มีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 60.5
- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน ในระดับมากและระดับปานกลาง มีจำนวนมากใกล้เคียงกัน เป็นร้อยละ 36.8 และ 35.5 ตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับของความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเรียนการสอน

ความคิดเห็น	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ช่วยให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนานและทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้น	3.59	0.88	สูง
2. ทำให้อาจารย์และนักศึกษามีการพัฒนาตนเองสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้น	3.89	0.84	สูง
3. ทำให้อาจารย์สามารถนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเท่านั้น	3.42	0.90	ปานกลาง
4. เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีสาระและเนื้อหาช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน	3.18	0.83	ปานกลาง
5. เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน	3.25	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอน พบว่า

- ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอนในระดับสูง ได้แก่ ทำให้อาจารย์และนักศึกษามีการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้น และช่วยให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนาน และทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้น ตามลำดับ
- ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในการมีส่วนช่วยในการเรียนการสอนในระดับปานกลาง ได้แก่ การทำให้อาจารย์สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเท่านั้น , เนื้อหาสาระต่างๆ ในรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน และมีเนื้อหาสาระต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีสาระและเนื้อหาช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน ตามลำดับ

### 1.7 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็น ต่อเนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน

ระดับ ความคิดเห็น	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	รวม
ควรจะมีเนื้อหาประเภทความรู้ ด้านต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	21 (27.6)	43 (56.6)	11 (14.5)	1 (1.3)	0 (0)	76 (100.0)
ควรลดการเสนอข่าวและภาพ ต่างๆที่ล่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม ของประชาชน	27 (35.5)	31 (40.8)	16 (21.1)	2 (2.6)	0 (0)	76 (100.0)
ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆ ที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือ หวาดเสียวรุนแรงแก่ผู้ชม	28 (36.8)	39 (51.3)	8 (10.5)	1 (1.3)	0 (0)	76 (100.0)
ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวกับเยาวชน ให้มากยิ่งขึ้น	29 (38.2)	37 (48.7)	9 (11.8)	1 (1.3)	0 (0)	76 (100.0)
ควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาใน รายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มี ความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียน ของเยาวชน	25 (32.9)	35 (46.1)	14 (18.4)	1 (1.3)	1 (1.3)	76 (100.0)
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมี ความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่ เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะ มีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์แต่ ละบุคคลเอง	8 (10.5)	26 (34.2)	29 (38.2)	10 (13.2)	3 (3.9)	76 (100.0)

จากตารางที่ 19 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆ  
ในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน พบว่า

- ควรจะมีเนื้อหาประเภทความรู้ต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 56.6



- ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆที่ล่อแหลมต่อความสงบสุข คีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชนในระดับมาก และระดับมากที่สุด มีจำนวนมากใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และ 35.5 ตามลำดับ
- ไม่ควรเสนอข่าวหรือหรือเนื้อหาต่างๆที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียว รุนแรงแก่ผู้ชมในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุดเป็นครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 51.3
- ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น ในระดับมากมีจำนวนมากที่สุด และระดับมากที่สุด มีจำนวนรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 48.7 และ 38.2 ตามลำดับ
- ควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชนในระดับมากมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.1 และ 32.9 ตามลำดับ
- รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะมีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลเอง ระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด ใกล้เคียงกับจำนวนของระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.2 และ 34.2 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับของความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน

ความคิดเห็น	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ควรจะเพิ่มเนื้อหาประเภทความรู้ด้านต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	4.11	0.68	สูง
2. ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆที่ล่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชน	4.09	0.82	สูง
3. ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียวรุนแรงแก่ผู้ชม	4.24	0.67	สูง
4. ควรเพิ่มรายการเกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น	4.24	0.71	สูง
5. ควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชน	4.08	0.83	สูง
6. รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะมีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลเอง	3.34	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ปัจจุบัน พบว่า

- ความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระประเภทต่างๆ ของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียวรุนแรงแก่ผู้ชม , ควรเพิ่มรายการเกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น , ควรจะเพิ่มเนื้อหาประเภทความรู้ด้านต่างๆให้มากยิ่งขึ้น , ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆที่ล่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชนและ ควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชน ตามลำดับ

- ความคิดเห็นต่อเนื้อหาสาระประเภทต่างๆ ของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง คือ รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะมีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลเอง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน	ค่า P
พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	0.272*	0.018

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์ และระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากขึ้นด้วย และผู้ที่มีความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์น้อย จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบมีค่าอยู่ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2 : การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมรายการประเภทต่างๆ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ต้องการ		ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	ค่า P.
ตัวแปรที่ 1	ตัวแปรที่ 2		
พฤติกรรมชมรายการประเภทข่าว	ระดับการนำเนื้อหา	0.392*	0.000
พฤติกรรมชมรายการประเภทความรู้	สาระจากรายการ	0.283*	0.013
พฤติกรรมชมรายการประเภทความคิด	โทรทัศน์มาใช้	0.323*	0.004
พฤติกรรมชมรายการประเภทบันเทิง	ประโยชน์ในการ	-0.134	0.249
พฤติกรรมชมรายการประเภทโฆษณา	เรียนการสอน	0.181	0.118

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า พฤติกรรมชมรายการประเภทข่าว ,ประเภทความรู้ และประเภทความคิด ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชมรายการประเภทดังกล่าวใน 1 สัปดาห์ และระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์แต่ละวัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน กล่าวคือ ผู้ที่มีความบ่อยครั้งและปริมาณระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ทั้ง 3 ประเภทเพิ่มมากขึ้น จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากขึ้นด้วย และผู้ที่มีความบ่อยครั้งและปริมาณระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ทั้ง 3 ประเภทน้อย จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วย และเมื่อเปรียบเทียบค่าสหสัมพันธ์ ปรากฏว่า พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว มีความสัมพันธ์กับระดับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนสูงสุด ได้ค่าสหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.392 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ประเภทความคิด มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และพฤติกรรมชมรายการประเภทความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงและพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ประเภทโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 : อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน

#### เพศ

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	p.
ชาย	33	3.06	0.90	0.062	0.951
หญิง	43	3.05	1.09		

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายหรือเพศหญิง มีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

### อายุ

ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	p.
20 – 30 ปี	41	2.85	0.94	1.810	0.153
31 – 40 ปี	22	3.14	1.08		
41 – 50 ปี	6	3.33	0.82		
51 ปีขึ้นไป	7	3.71	1.11		
รวม	76	3.05	1.01		

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัันมีค่าเฉลี่ยในการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
 าลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ระดับการศึกษา

ตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	p.
ปริญญาตรี	21	2.90	1.09	0.340	0.713
ปริญญาโท	50	3.12	0.96		
ปริญญาเอก	5	3.00	1.22		
อื่นๆ	0	0	0		
รวม	76	3.05	1.01		

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่ว่าจะป็นปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก มีระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

### คณะที่สังกัด

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดคณะแตกต่างกัน

คณะที่สังกัด	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	p.
คณะบริหารธุรกิจ	31	3.03	0.80	0.647	0.588
คณะนิเทศศาสตร์	13	3.00	0.95		
คณะศิลปศาสตร์	30	3.17	1.23		
คณะเศรษฐศาสตร์	3	2.33	0.58		
รวม	76	3.05	1.01		

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดคณะแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดคณะแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ประสบการณ์ในการสอนหนังสือ

ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์สอนหนังสือแตกต่างกัน

ประสบการณ์สอน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	p.
น้อยกว่า 3 ปี	22	2.86	1.08	0.670	0.573
3 – 5 ปี	26	3.04	0.87		
6 – 10 ปี	18	3.11	1.02		
มากกว่า 10 ปี	10	3.40	1.17		
รวม	76	3.05	1.01		

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์สอนที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การสอนหนังสือที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 4 :** พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

ตารางที่ 28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ต้องการ		ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	ค่า P.
ปัจจัย			
เพศ	ระดับการนำเนื้อหา	-0.007	0.952
อายุ	สาระจากรายการ	0.264*	0.021
ระดับการศึกษา	โทรทัศน์มาใช้	0.069	0.556
ประสบการณ์สอนหนังสือ	ประโยชน์ในการ	0.160	0.169
พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทุกประเภท	การเรียนการสอน	0.272*	0.018
พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว		0.392*	0.000
พฤติกรรมการชมรายการประเภทความรู้		0.283*	0.013
พฤติกรรมการชมรายการประเภทความคิด		0.323*	0.004
พฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิง		-0.134	0.249
พฤติกรรมการชมรายการประเภทโฆษณา		0.181	0.118

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับต่ำ ( $r = 0.264$ ) พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ( $r = 0.272$ ) พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.392$ ) พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ( $r = 0.283$ ) และ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทความคิด มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.323$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อเปรียบเทียบค่าสหสัมพันธ์ ปรากฏว่า พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าวมีค่าความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนสูงสุด กล่าวคือมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.392 รองลงมา คือ พฤติกรรมการชมรายการประเภทความคิด และ พฤติกรรมการชมรายการประเภทความรู้ ตามลำดับ และความสัมพันธ์ของทุกตัวแปรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยต่างๆทุกตัวตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเพิ่มมากขึ้น จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากขึ้นด้วย และเมื่อปัจจัยทุกตัวตามที่กล่าวมาข้างต้นลดน้อยลง ปริมาณการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนจะน้อยลงด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนเพศ , ระดับการศึกษา , ประสบการณ์ในการสอน , พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง และพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบขั้นตอน เพื่อทำนายพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

ตัวแปรอิสระ	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> change	B	$\beta$	t	p
พฤติกรรมการชมรายการข่าว	0.392	0.154	0.154	0.387	0.459	4.265	.000
พฤติกรรมการชมรายการบันเทิง	0.462	0.214	0.060	-0.178	-0.255	-2.367	.021
ค่าคงที่	-	-	-	2.197	-	6.683	.000

F = 9.929 (P<0.05)

จากตารางที่ 29 จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน แสดงถึงปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะที่สังกัด ประสบการณ์ในการสอน พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทความคิด พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง และพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทโฆษณา พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปร คือ พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว และพฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิง ที่สามารถร่วมกันอธิบายถึงพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันอธิบายได้ประมาณร้อยละ 21.4 และตัวแปรที่สามารถอธิบายได้มากที่สุด คือ พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว สามารถอธิบายได้ประมาณร้อยละ 15.4 และเมื่อเพิ่มตัวแปรคือ พฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิง เข้ามา จะสามารถร่วมอธิบายได้เพิ่มเติมได้เป็นร้อยละ 21.4

โดยพฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าวมีอิทธิพลทางบวก กับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน นั่นคือ ถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทข่าวมากจะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมาก และถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทขำน้อยจะมีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วย ส่วนพฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิงมีอิทธิพลทางลบ กับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน นั่นคือ ถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทบันเทิงมาก จะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อย และถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทบันเทิงน้อย จะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมาก

สรุปผลได้ว่า จากผลการวิจัยข้างต้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในเรื่อง “พฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) โดยให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ชม กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน และคณะที่สังกัด กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ชม มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ อาจารย์คนไทยทุกคนที่ทำหน้าที่สอน ณ วิทยาลัย โยนก จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งสิ้น 76 คน ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 31 คน , คณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 12 คน , คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 30 คน และคณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 3 คน

การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) , ร้อยละ (Percentage) , ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง , พฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์ , พฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์แต่ละรายการ , การนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ทุกประเภทมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน , การนำเนื้อ

หาสาระจากรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน , วิธีการนำเสนอหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน , ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมช่วยในการเรียนการสอนของรายการโทรทัศน์ และ สิ่งที่รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันควรปรับปรุง

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการนำข้อมูลมาคำนวณและใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) , การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และ T – Test รวมถึงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple – Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 2 : การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 3 : อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเสนอหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 : พฤติกรรมการชมโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเสนอหาสาระรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ อาจารย์วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2543 มีจำนวนทั้งสิ้น 76 คน พบว่า เป็นอาจารย์ชาย จำนวน 33 คน และอาจารย์หญิง จำนวน 43 คน มีอาจารย์จำนวนมากว่าครึ่งของทั้งหมดที่มีช่วงอายุ 20 – 30 ปี คือ 41 คน รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 22 คน , ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 6 คน และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน โดยส่วนใหญ่แล้วจบการศึกษาระดับปริญญาโทถึง 50 คน รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 21 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาเอกมีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 5 คน

กลุ่มตัวอย่างสังกัดคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 31 คน , คณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 12 คน , คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 30 คน และคณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 3 คน โดยมีประสบการณ์ในการสอน 3 – 5 ปี มากที่สุด จำนวน 26 คน , ประสบการณ์สอนน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 22 คน , ประสบการณ์ 6 – 10 ปี จำนวน 18 คน และประสบการณ์สอนมากกว่า 10 ปีมีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 10 คน

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนจะชมรายการโทรทัศน์ทุกวันในหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งมีจำนวนไม่กี่คนที่ชมรายการโทรทัศน์เพียง 5 – 6 วัน/สัปดาห์ , 3- 4 วัน/สัปดาห์ , 1 – 2 วัน/สัปดาห์ และไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดที่ไม่ชมรายการโทรทัศน์เลยใน 1 สัปดาห์

ในช่วงเวลา 1 วัน กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวันมีจำนวนมากที่สุด , รองลงมาคือ ระยะเวลา 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน, ระยะเวลาน้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน ตามลำดับ และระยะเวลา 30 – 59 นาทีมีจำนวนน้อยที่สุด

ทั้งนี้ กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะชมรายการโทรทัศน์เกือบทุกวันในหนึ่งสัปดาห์ และระยะเวลาที่ชมแต่ละครั้งจะใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งของการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างได้ชมใน 1 สัปดาห์นั้น พบว่า รายการประเภทข่าวมีความบ่อยครั้งในการชมอยู่ในระดับสูงมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ รองลงมา คือ รายการโฆษณา และ รายการประเภทบันเทิง ตามลำดับ รายการประเภทความรู้มีความบ่อยครั้งในการชมอยู่ในระดับปานกลาง และรายการประเภทความคิดอยู่ในระดับปานกลางรองลงมา

ส่วนการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของระยะเวลาที่ใช้ในการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่า รายการประเภทข่าวมีระดับการใช้เวลาในการชมแต่ละวันในระดับสูงมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ ส่วนรายการประเภทบันเทิง , ประเภทความรู้ , ประเภทความคิด และการโฆษณา มีระดับการใช้เวลาในการชมแต่ละวันอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมกรนำเนื้อหาสาระของการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมกรนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์ทุกรายการของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน โดยการเทียบปริมาณเนื้อหาเป็นเปอร์เซ็นต์ พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการนำเนื้อหามาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน 26 - 50% จำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 1 - 25% , ระดับ 51 - 75% ตามลำดับ ส่วนการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน 76 - 100% และ ไม่ใช้เลยมีจำนวนเพียงเล็กน้อย

และจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปริมาณการนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแต่ละประเภท อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า รายการที่มีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากที่สุด คือ รายการประเภทความรู้ รองลงมา คือ รายการประเภทข่าว และรายการประเภทความคิด ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีระดับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ รายการโฆษณาและรายการประเภทบันเทิง

## ส่วนที่ 5 วิธีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

วิธีการที่กลุ่มตัวอย่างนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอยู่ในระดับสูง ได้แก่ วิธีนำเนื้อหาจากรายการมาใช้ประกอบการเรียนการสอนเฉพาะกรณีที่เนื้อหานั้นสอดคล้องกับวิชาที่สอนเท่านั้น ส่วนวิธีการที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ วิธีการนำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มาสอดแทรกในการเรียนการสอนอยู่เสมอไม่ว่าเนื้อหานั้นจะสอดคล้องกับวิชาที่สอนหรือไม่ก็ตาม และวิธีการจดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้นักศึกษาฟัง

วิธีการที่นำมาใช้น้อย ได้แก่ วิธีให้นักศึกษาติดตามข่าวสารต่างๆ จากรายการโทรทัศน์แล้วสรุปบันทึกนำมาส่ง และวิธีการบันทึกเทปรายการโทรทัศน์แล้วนำมาให้นักศึกษาชม ตามลำดับ

## ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเรียนการสอน

ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ทำให้อาจารย์และนักศึกษามีการพัฒนาตนเองสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้น และช่วยให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนาน ทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้น

และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันทำให้อาจารย์สามารถนำเอาเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเท่านั้น , เนื้อหาสาระต่างๆ ในรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน และเนื้อหาสาระต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ไม่ค่อยมีสาระและเนื้อหาอันยากแก่การนำมาช่วยพัฒนาการเรียนการสอน

## ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ควรปรับปรุง

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ควรปรับปรุงในระดับสูง ได้แก่ ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆ ที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียวรุนแรงแก่ผู้ชม , ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น , ควรจะเพิ่มเนื้อหาประเภทความรู้ด้านต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น , ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆ ที่สื่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรม

และวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชน และควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชน ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะมีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลเอง

## การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

จากผลการทดสอบ พบว่า

ความบ่อยครั้งในการชมรายการโทรทัศน์และระยะเวลาในการชมโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน แต่อย่างไรก็ตามพบว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.272 ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากขึ้นด้วย และผู้ที่มีความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์น้อย จะมีปริมาณการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 : การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กับการนำประโยชน์ในการเรียนการสอน

จากผลการทดสอบ พบว่า

พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว , ประเภทความรู้ , ประเภทความคิด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบค่าสหสัมพันธ์แล้ว ปรากฏว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.392 แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา

ได้แก่ พฤติกรรมการชมรายการประเภทความคิด มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ( $r = 0.323$ ) และพฤติกรรมการชมรายการประเภทความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ( $r = 0.283$ ) ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิงและประเภทโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 บางประเภทของรายการ

**สมมติฐานที่ 3 :** อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบ พบว่า

อาจารย์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ อาจารย์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

**สมมติฐานที่ 4 :** พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

จากผลการทดสอบ พบว่า

พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว และพฤติกรรมการชมรายการประเภทบันเทิง สามารถร่วมกันอธิบายถึงพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันอธิบายได้ประมาณร้อยละ 21.4 และตัวแปรที่สามารถอธิบายได้มากที่สุด คือ พฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าว โดยพฤติกรรมการชมรายการประเภทข่าวมีอิทธิพลทางบวก กับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน นั่นคือ ถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทข่าวมากจะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมาก และถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทข่าวน้อยจะมีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วย ส่วนพฤติกรรมการชมรายการ

ประเภทบันเทิงมีอิทธิพลทางลบ กับพฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน นั่นคือ ถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทบันเทิงมาก จะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อย และถ้ามีปริมาณการชมรายการประเภทบันเทิงน้อย จะมีการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยพบว่า มีผลการวิจัยที่น่าสนใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

พฤติกรรมการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

แม้ว่าอาจารย์มีการชมรายการประเภทข่าว ซึ่งมีความบ่อยครั้งและมีปริมาณการชมมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ แต่ระดับการนำเนื้อหาจากรายการข่าวมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอยู่ในปริมาณปานกลาง อาจเป็นเพราะการที่อาจารย์ชมรายการข่าวเพียงเพราะต้องการเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และ รอบรู้ มากกว่ามุ่งหวังเพื่อนำไปช่วยในการสอนเพียงอย่างเดียว ส่วนรายการประเภทความคิดนั้น แม้ว่าอาจารย์มีพฤติกรรมการชมรายการดังกล่าวไม่มาก แต่มีระดับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนอยู่ในระดับรองจากรายการประเภทข่าว อาจเป็นเพราะรายการประเภทความคิดนั้นแม้จะไม่ได้ชมมากนัก แต่หากช่วงเวลาที่ได้ชมมีรายการที่เป็นที่สนใจของอาจารย์ผู้สอนก็จะนำมาใช้ประกอบการสอนได้ และการชมรายการประเภทความคิดนั้นอาจารย์ต่างก็มุ่งหวังที่จะเพิ่มพูนความรู้ ก่อเกิดความคิด และมุ่งนำไปประกอบการเรียนการสอนต่อไปได้ ส่วนรายการประเภทบันเทิงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการชมมาก แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนเลย อาจเป็นเพราะอาจารย์ชมรายการประเภทบันเทิงเพื่อมุ่งหวังความสนุกสนานและเพลิดเพลินมากกว่าการมุ่งหวังนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ ได้

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

สมมติฐานที่ 2 : การชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชมโทรทัศน์และระยะเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์ กับการนำเอาเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ และ พฤติกรรมการชมรายการแต่ละประเภท มีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกันออกไป จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 และ สมมติฐานที่ 2 หมายความว่า อาจารย์ที่ชมโทรทัศน์บ่อยขึ้น และมีเวลาในการชมรายการโทรทัศน์มากขึ้น จะมีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ใช้ประโยชน์การเรียนการสอนเพิ่มตามไปด้วย และอาจารย์ที่มีความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชมน้อย ก็จะมีการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยด้วยเหมือนกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วียดา เกียวกุล (2537) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ซึ่งได้มาจากความบ่อยครั้ง และปริมาณเวลาที่ใช้ในการชมข่าวโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์นั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ประชากรที่มีการเปิดชมรายการโทรทัศน์ในระดับมาก จะมีการนำไปใช้ประโยชน์มาก ส่วนประชากรที่มีการเปิดชมข่าวโทรทัศน์ในระดับน้อยจะมีการนำไปใช้ประโยชน์น้อยด้วยเช่นกัน

และการที่อาจารย์จะเลือกนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนในระดับที่น้อยหรือมากนั้น อาจขึ้นอยู่กับระดับความสนใจเนื้อหาประเภทต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ของอาจารย์แต่ละคนว่ามีมากหรือน้อยแค่ไหน ถ้าระดับความสนใจมีมากก็ย่อมนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากเช่นกัน ซึ่งตามผลการวิจัยจะพบว่าการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ จะแตกต่างกันออกไป แม้ว่าระดับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนจะไม่แตกต่างกันก็ตาม ตามแนวคิดของ วิลเบอร์ ชรามม์ (Schramm ,1973) กล่าวถึงการเลือกรับสารของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เลือกสนใจ เลือกจดจำสาร และจะมีการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารโดยผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง และในการที่อาจารย์จะเลือกชมรายการประเภทใดหรือเลือกที่จะเปิดรับสารประเภทใดนั้น มีความสอดคล้องกับปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับสารของผู้รับสาร ตามแนวคิดของ เบอร์โล (Berlo , 1960) คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะจิตของ

ผู้รับสารจะถอดรหัสของข่าวสารอย่างไร ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลให้ อาจารย์เลือกที่จะชมรายการประเภทต่างๆ แตกต่างกันไป อาจารย์จะเลือกสรรเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ตัวเองเลือกชมแล้วและเห็นว่าเป็นประโยชน์ ก็จะนำมาถ่ายทอดความรู้ให้กับนักศึกษาต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรุณีประภา หอมเศรษฐี (2541) กล่าวว่าการใช้โทรทัศน์สามารถทำให้ครูอาจารย์นำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อนักเรียนนักศึกษาเข้ามาสู่ห้องเรียน ทำให้การสอนของครูอาจารย์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการที่อาจารย์ทำหน้าที่เลือกสรรข่าวสารเหล่านั้นไปเผยแพร่แก่นักศึกษาต่อไปนั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องผู้เฝ้าประตู (gate keeper) ของเคิร์ท เลวิน (Kurt Lewin, 1947 อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2530) ซึ่งได้อธิบายถึงบทบาทผู้เฝ้าประตูของสื่อมวลชนที่มีกระบวนการกลั่นกรองข่าวสารก่อนที่จะส่งไปยังผู้รับสาร

การที่อาจารย์มีการเลือกเปิดรับสารจากรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท แม้ว่าจะมีระดับการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกันก็ตามนั้น อาจขึ้นอยู่กับความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของแต่ละบุคคลเอง ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ยากรู้อยากเห็นนั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ตามแนวคิดของเมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971) รวมทั้งการที่อาจารย์มีการเลือกรับข่าวสารในรายการแต่ละประเภทแตกต่างกัน อาจมีสาเหตุจากประสบการณ์ต่างๆที่ทำให้อาจารย์แสวงหาข่าวสารต่างประเภทกัน ภูมิหลังแตกต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อมต่างกัน รวมถึงทัศนคติต่างๆอีกด้วย จึงมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับแนวคิดของวิลเบอร์ ชรามม์ (Schramm, 1973 อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2530) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร

**สมมติฐานที่ 3 :** อาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอาจารย์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องระดับการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ ไม่ว่าอาจารย์จะมีเพศต่างกัน อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกันออกไป ก็ไม่ส่งผลกับระดับการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ที่ได้ชมมาใช้ในการเรียนการสอนมากหรือน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วียดา เกียวกุล (2537) ที่ศึกษา



เรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บัทยาดี หล่อวิจิตร (2539) ที่ศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการสนทนา 45 นาทีปัญหาบ้านเมือง ของผู้ชม พบว่า ผู้ชมรายการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ซึ่งการที่อาจารย์มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอนและคณะที่สังกัดแตกต่างกัน แต่ก็ยังมีความเหมือนกันตรงที่มีอาชีพอย่างเดียวกันคือเป็นอาจารย์ จึงอาจทำให้มีพฤติกรรมการนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัยดา เกียวกุล (2537) ที่พบว่าประชาชนที่มีอาชีพอย่างเดียวกัน มีการนำสิ่งที่ได้รับจากการชมข่าวโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่กล่าวถึงคุณสมบัติทางประชานั้น ได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน (ในที่นี้หมายถึงอาชีพ) ต้องมีกิจกรรมในทำนองเดียวกัน และพฤติกรรมต่างๆ ก็จะคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน

**สมมติฐานที่ 4 :** พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่สามารถอธิบายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากที่สุด ก็คือ การชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและประเภทบันเทิง ซึ่งผู้ที่ชมรายการประเภทข่าวมากก็จะมีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมาก และผู้ที่ชมน้อยก็จะมีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อยลงไปด้วย สอดคล้องกับ วัยดา เกียวกุล (2537) ที่ได้ศึกษาวิจัยพบว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ในระดับมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวโทรทัศน์มากด้วยเช่นกัน

ส่วนใหญ่อาจารย์มีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์เกือบทุกวัน และชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 2 ชั่วโมงในแต่ละวัน และรายการที่อาจารย์ชมและให้ความสนใจมากคือรายการประเภทข่าว ซึ่งตรงกับการค้นพบของบุคคลหลายๆ ฝ่ายที่กล่าวว่า ปัจจุบันข่าวโทรทัศน์เป็นรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (ระวีวรรณ ประกอบผล , 2532 ; ศิลป์ฟ้า ต้นศรารุช , 2533) และใช้เวลาในการชมรายการข่าวประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง และปกติรายการข่าวก็ควรมีความยาวไม่เกิน 1 ชั่วโมง (Stephens , 1986) ซึ่งอาจเป็นเพราะรายการข่าวช่วยให้มีความรู้กว้างขวางทันเหตุการณ์ และสิ่งที่อาจารย์คิดว่าได้รับประโยชน์มากจากการชมรายการข่าว คือ ทำให้

เป็นผู้ทันต่อเหตุการณ์ ทำให้มีความรอบรู้ ช่วยเพิ่มสมรรถภาพของตนเองในด้านการศึกษาค้นคว้า และมีความทันต่อเหตุการณ์ ทันยุคทันสมัย (จตุพร ทองอุ่น, 2533) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และ สุพัตรา เพชรมณี (2526) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ทุกวันหรือเกือบทุกวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจิยากร เสตะเวช (อ้างใน ปรีชา ชุนทรง, 2541) ที่ศึกษาการคาดหวังจากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีรายการ 2 ประเภทที่ผู้ชมต้องการ คือ 1. รายการต้องมีสาระประโยชน์และความรู้ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองได้ และ 2. รายการต้องมีความบันเทิง สนุกสนาน หรือรู้สึกผ่อนคลายจากปัญหาในชีวิตประจำวันได้

จะเห็นได้ว่าโดยปกติแล้วอาจารย์ก็ชมรายการข่าวเป็นส่วนใหญเกือบทุกวัน เพราะรายการข่าวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ รอบรู้ ทันสมัยทันเหตุการณ์ และอาจเกิดจากความต้องการที่จะรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว โดยเฉพาะสิ่งที่อาจจะกระทบกระเทือนต่อการดำเนินชีวิตมนุษย์ในแง่ใดแง่หนึ่ง ดังนั้นมนุษย์จึงต้องการคนที่ทำหน้าที่เฝ้ายาม คอยสอดส่องดูแลและรายงานเรื่องราวให้ทราบตามความเป็นจริง คอยรายงานข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งก็คือการเสนอข่าว (อุดม จะโนภาษ, 2537) ทำให้อาจารย์มีความกระตือรือร้นในการดูข่าวว่าแต่ละวันมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นบ้าง และต้องการให้นักศึกษาเป็นคนทันเหตุการณ์ทันสมัยด้วย จึงนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน และเมื่อข่าวมีความสำคัญและจำเป็นสำหรับคนเราในการที่จะนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาตนเองให้เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ ยังสามารถประยุกต์นำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆด้วย ในกรณีของอาจารย์ก็จะนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนนั่นเอง ส่งผลให้เมื่ออาจารย์มีพฤติกรรมชมรายการประเภทข่าวมาก ก็จะมีการนำมาใช้ประโยชน์มากด้วยเช่นกัน ในส่วนของรายการประเภทบันเทิงที่มีพฤติกรรมชมมากนั้น แต่กลับนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนน้อย อาจเป็นเพราะรายการบันเทิงเป็นรายการที่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ช่วยให้เกิดการผ่อนคลายจากสภาวะตึงเครียดหลังประกอบอาชีพมาทั้งวันจึงนิยมชมกันมาก แต่มิได้มุ่งหวังที่จะนำมาใช้ประโยชน์อื่นใด และความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (พีระ จิรโสภณ, 2530)

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ไม่ควรทำนั้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆ ที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียวรุนแรงแก่ผู้ชม ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆ ที่ล่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชน ดังนั้นหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับวงการศึกษาและสำหรับเยาวชนในปัจจุบัน จึงควรคำนึงในเรื่องดังกล่าวด้วยในการผลิตรายการโทรทัศน์หรือปรับปรุงรายการโทรทัศน์ต่อไปในอนาคต

2. จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม คือ ควรจะเพิ่มเนื้อหาประเภทความรู้ต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น , ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น และควรปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน และมีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชนให้มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการควรที่จะนำมาประกอบการพิจารณาในการผลิตรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและวงการศึกษาต่อไป

3. จากผลการวิจัยครั้งนี้ หน่วยงานรัฐบาลและเอกชน องค์กรต่างๆ หรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนและวงการศึกษา น่าจะได้นำผลการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอรายการโทรทัศน์ การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อผลิตรายการให้เกิดประโยชน์คุณค่ากับเยาวชนและประชาชนและวงการศึกษาต่อไป

4. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ อันได้แก่ ความบ่อยครั้งและระยะเวลาที่ชม สามารถอธิบายและทำนายการนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนได้มากที่สุด แต่ละสถาบันจึงควรมีโทรทัศน์ไว้บริการสำหรับอาจารย์ได้ชมเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ หลังจากว่างเว้นจากการสอนหนังสือหรือมีเวลาว่าง เพื่อนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนต่อไป

## ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือเท่านั้นจึงไม่สามารถนำไปอธิบายทั่วไปได้ ดังนั้นจึงควรจะมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์และนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของกลุ่มอาจารย์ของสถาบันอื่นๆ ภูมิภาคหรือจังหวัดอื่นๆด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ได้แก่ วิชิตู หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ของอาจารย์กับการนำเนื้อหาสาระมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน เพื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อมวลชนแต่ละประเภทว่ามีส่วนช่วยในการเรียนการสอนของอาจารย์ที่สอนระดับอุดมศึกษาอย่างไรบ้าง

3. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์ โดยอาจศึกษาวิเคราะห์ด้านเนื้อหาของรายการแต่ละรายการว่ามีบทบาทหรือมีประโยชน์ในการเรียนการสอนมากน้อยเพียงใด อาจเป็นลักษณะการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (Depth Interview) ผู้ผลิตรายการหรือผู้บริหารของหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องกับวงการศึกษารวมถึงตัวของอาจารย์เองด้วย

4. ควรมีการศึกษาเรื่องของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ที่มีได้เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

5. ควรมีการศึกษาว่าเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ นำไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใดและแต่ละประเภทรายการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้อย่างไรบ้าง

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- ขวัญเรือน ไชยอุดม. วิทยุโทรทัศน์กับบทบาทสังคม.นิเทศสาร ปีที่ 6 (ธันวาคม 2520) : 2520.
- จตุพร ทองอุ่น. ความสนใจในการชมและการนำข่าวโทรทัศน์มาใช้ในการสอนของครูระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- จิราภรณ์ กนิษฐรัตน์. การบริการสารสนเทศผ่านโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ตวีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- นภาพรณี อัจฉริยะกุลและคณะ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2535.
- บุญส่ง แก้วรามมุข. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- บำรุง สุขพรรณ. วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย กฎหมายและระเบียบว่าด้วยวิทยุและโทรทัศน์ ปี 2498 - 2522. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- ปรีชา ขุนทรง. พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ปัทมาวดี หล่อวิจิตร. ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ "รายการสนทนา 45 นาทีปัญหาบ้านเมือง" ของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พีระ จิระโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 9 - 15. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎีการวิจัย และข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ,วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 6 : 32 - 38 ; สิงหาคม 2528.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ . การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1 - 8 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2535.
- ระวีวรรณ ประกอบผล . โทรทัศน์ไทย 2532 (2) . ไทยรัฐ . (29 ธันวาคม 2532) : 21.
- รายงานประจำปี 2542. ทบวงมหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ, 2542.
- รักศักดิ์ วัฒนพานิชและคณะ. เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ (Television Administration) หน่วยที่ 1 - 7 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2530.
- วัชรียา อานามวัฒน์. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์ และการตอบสนองความต้องการ : ศึกษาเฉพาะกรณี รายการธรรมะพระพยอม กับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- วิยดา เกียวกุล . การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2537.
- วิไลรัตน์ พูนวศิน. การศึกษาความต้องการรายการโทรทัศน์ของเด็กชนบทในจังหวัดสุรินทร์, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- ศิลป์ฟ้า ดันตราวุธ. หวังที่ยังไม่เป็นจริงของสุริยนต์ จงลีพันธ์. สตรีสาร . 42 (มกราคม 2533) : 62-64.
- สมคิด ธีรศิลป์. การผลิตรายการโทรทัศน์ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัทประชาชน จำกัด , 2525.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และ สุพัตรา เพชรมณี. บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 25263
- สุกัญญา เพ็ญระกิจ. การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.

สุรพงษ์ ะรววยทอง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อสารมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุวรรณ สุวรรณเขตนิยม. เอกสารประกอบการสอนวิชาสถิติเพื่อท้าววิจัยพฤติกรรมศาสตร์. เอกสาร  
อัดสำเนา, 2539.

เสรี วงษ์มณฑา. จิตวิทยาในการสื่อสาร : วารสารศาสตร์ ปีที่ 9 เล่มที่ 4 (เมษายน - มิถุนายน  
2523) : 2 - 16)

อนันต์ธนา อังกินันท์และคณะ. สื่อมวลชนและการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา. กรุงเทพมหานคร:  
โรงพิมพ์คุณพินอักษรกิจ, 2525.

อรณี ผุ้วรรณลักษณ์. การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทาง  
สื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อรุณีประภา หอมเศรษฐี. การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531.

อานันท์ ปันยารชุน. มุมมองนายอานันท์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัทพิณเณศ พรินติ้ง เซ็น  
เตอร์ จำกัด, 2541.

อุฬาร เนื่องจำนงค์. ศิลปะการผลิตรายการวิทยุ - โทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัทดวง  
กมลสมัย จำกัด.

อุฬาร เนื่องจำนงค์. เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ (Television  
Administration) หน่วยที่ 8 - 15. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิ  
ราช, 2530.

อุดม จะโนภาส. โทรทัศน์เพื่อการพัฒนาประเทศ. วันสื่อสารแห่งชาติ. 2537.

## ภาษาอังกฤษ

Ball – Rokeach, S.J. and De Fleur, M.L., “A Dependency Model of Mass Media Effects” .  
Communication Research 3, 1976 : 3-21.

Berlo , David K. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice.  
New York : Holt , Rinehart and Winston , 1960.

Compesi, R.J. Gratifications of daytime serial viewers. Journalism Quarterly 57 (Spring  
1980) : 155 - 158.

- McQuail, D., Blumler, J.G. and Brown J. "The Television. Audiences A revised Perspective"  
 , in D. McQuail(ed.) Sociological of Mass Communication. Harmondswirth , 1972.
- Merrill , J.C. and Lowenstien , R.L. Media Messages and Men : New Perspectives in  
Communication. New York : David McKay Company Inc., 1971.
- Mitchell , Stephens. Broadcast News. 2 nd.ed. New York : Holt Rinehart and Winton , 1986.
- Palmgreen P., and J.D. Rayburn. Uses and Gratifications and Exposure to public television  
 : a discrepancy approach. Communication Research 6 , 1979.
- Rogers, E.M. Communication Strategies for Family Planning. New York : The Free Press  
 ,1973.
- Schramm, Wilbur. "Channels and Audiences". Handbook of Communication. Ithiel de Sola  
Pool, Wilbur Schramm et. al. Chicago : Rand McNally College Publishing Company  
 , 1973.
- Wenner, Lawrence A. Model Specification and Theoretical Development in Satisfactions  
Sought and Obtained Research : A Comparison of Discrepancy and Transactional  
Approach. Communication Monographs, 1986.



ภาคผนวก



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม

หัวข้อ "พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน  
ของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ"

Television Exposure and The Uses of Television for Teaching  
of Private Colleges ' Faculties

เรียน อาจารย์วิทยาลัยเอกชนทุกท่าน

แบบสอบถามนี้เป็นการศึกษาวิจัยประกอบการศึกษาของนิสิตระดับปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นศึกษาวิจัยในเรื่องของพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์กับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น งานผลิตสื่อ อาทิ สื่อสไลด์ สื่อวีดิทัศน์ สื่อภาพยนตร์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อเป็นอุปกรณ์หรือเครื่องมือช่วยสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนต่อไป เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนนั้นๆ
2. เพื่อจะได้นำผลการวิจัยนี้เป็นหลักฐานอ้างอิง และเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าวิจัยสื่อมวลชนด้านอื่นๆ และนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป
3. เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงาน องค์กร ผู้ผลิต หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางการในการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหาการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อเยาวชนและวงการศึกษาต่อไป

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากคณาจารย์ทุกท่านในการกรอกแบบสอบถาม ตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ท่านตอบจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านไม่ว่าจะด้านใดทั้งสิ้นในการตอบแบบสอบถามนี้ และเมื่อท่านตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วขอความกรุณาจากอาจารย์ทุกท่านนำแบบสอบถามนี้กลับมามอบให้กับธุรการของแต่ละคณะภายในวันที่ 30 มกราคม 2543

ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(อ.ฉ้ายอง ดวงคำ)

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ วิทยาลัยเอกชน

## แบบสอบถาม

1 2 3

เรื่อง "พฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ"

แบบสอบถามนี้มี 3 ตอน จำนวน 6 หน้า มีรายละเอียดดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรมการชมรายการโทรทัศน์  
 ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเอาเนื้อหาสาระของกรมการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริง หรือตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะเจ้าหน้าที่
- (1.) เพศ  (1) ชาย  (2) หญิง 4.....
- (2.) อายุ  (1) 20 - 30 ปี  (2) 31 - 40 ปี  (3) 41 - 50 ปี  
 (4) 51 ปีขึ้นไป 5.....
- (3.) ระดับการศึกษา  (1) ปริญญาตรี  (2) ปริญญาโท  
 (3) ปริญญาเอก  (4) อื่นๆ (ระบุ)..... 6.....
- (4.) คณะที่สังกัด
- (1) คณะบริหารธุรกิจ  (2) คณะนิเทศศาสตร์  (3) คณะศิลปศาสตร์  
 (4) คณะเศรษฐศาสตร์ 7.....
- (5.) ประสบการณ์ในการสอน
- (1) น้อยกว่า 3 ปี  (2) 3 - 5 ปี  (3) 6 - 10 ปี  
 (4) มากกว่า 10 ปี 8.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

(6.) ท่านชมรายการโทรทัศน์บ่อยเพียงใดใน 1 สัปดาห์

- (1) ทุกวัน                       (2) 5 - 6 วัน                       (3) 3 - 4 วัน  
 (4) 1 - 2 วัน                       (5) ไม่ชมเลย                      9.....

(7.) ท่านใช้ระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยแต่ละวันนานเท่าไร

- (1) มากกว่า 2 ชม./วัน                       (2) 1 - 2 ชม./วัน                       (3) 30 นาที - 59 นาที/วัน  
 (4) น้อยกว่า 30 นาที                       (5) ไม่ชมเลย                      10.....

โปรดกาเครื่องหมาย X ในช่องคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง หรือความคิดเห็นของท่าน

(8.) ท่านชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆบ่อยเพียงใดใน 1 สัปดาห์

ประเภทรายการโทรทัศน์	ทุกวัน	5-6 วัน	3-4 วัน	1-2 วัน	ไม่ชมเลย	
รายการประเภทข่าว						11....
รายการประเภทความรู้						12....
รายการประเภทความคิด						13....
รายการประเภทบันเทิง						14....
การโฆษณา						15....

(9.) ท่านชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆโดยเฉลี่ยแต่ละวันนานเท่าใด

ประเภทรายการโทรทัศน์	มากกว่า 2 ชม.	1-2 ชม.	30-59 นาที	น้อยกว่า 30 นาที	ไม่ชมเลย	
รายการประเภทข่าว						16....
รายการประเภทความรู้						17....
รายการประเภทความคิด						18....
รายการประเภทบันเทิง						19....
การโฆษณา						20....

**ตอนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเอาเนื้อหาสาระของการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน

(10.) โดยภาพรวมแล้ว จากวันและเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์ทั้งหมด ท่านนำเนื้อหาสาระจากการชมทุกรายการมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนมากน้อยเพียงไร

ระดับการนำเนื้อหาสาระจากการชมโทรทัศน์ทุกรายการมาใช้ในการเรียนการสอน				
1 - 25 %	26 - 50 %	51 - 75 %	76 - 100 %	ไม่ใช้เลย

21.

(11.) ท่านนำเนื้อหาสาระจากการชมรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษา มากน้อยเพียงไรแต่ละประเภท

ประเภทรายการโทรทัศน์	ระดับการนำมาใช้ในการเรียนการสอน				
	1 - 25 %	26 - 50 %	51 - 75 %	76 - 100 %	ไม่ใช้เลย
รายการประเภทข่าว					
รายการประเภทความรู้					
รายการประเภทความคิด					
รายการประเภทบันเทิง					
การโฆษณา					

22....

23....

24....

25....

26....

(12.) ท่านนำเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนด้วยวิธีการต่างๆ มากน้อยเพียงไร

วิธีการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน	ระดับการนำมาใช้ในการเรียนการสอน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
จัดบันทึกย่อแล้วนำมาเล่าให้นักศึกษาฟัง					
บันทึกเทปรายการโทรทัศน์แล้วนำมาให้นักศึกษาชม					
ให้นักศึกษาติดตามข่าวสารต่างๆจากรายการโทรทัศน์แล้วสรุปบันทึกนำมาส่ง					
นำเนื้อหาจากรายการมาใช้ประกอบการเรียนการสอนเฉพาะกรณีที่เนื้อหานั้นสอดคล้องกับวิชาที่สอนเท่านั้น					
นำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มาสอดแทรกในการเรียนการสอนอยู่เสมอไม่ว่าเนื้อหานั้นจะสอดคล้องกับวิชาที่สอนหรือไม่ก็ตาม					

27.

28.

29.

30.

31.

(13.) ตามความคิดเห็นของท่าน รายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเรียนการสอนมากน้อยเพียงไร

ระดับการนำมาใช้ในการเรียนการสอน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ช่วยให้การเรียนการสอนมีความสนุกสนาน และทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนดีขึ้น						32....
ทำให้อาจารย์และนักศึกษามีการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าของสังคมมากยิ่งขึ้น						33....
ทำให้อาจารย์สามารถนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการโทรทัศน์มาช่วยเสริมในการเรียนการสอนเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเท่านั้น						34....
เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์ยังไม่ค่อยมีสาระและเชื่อถืออันวญแก่การนำมาช่วยพัฒนาการเรียนการสอน						35....
เนื้อหาสาระต่างๆในรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอน						36....

(14.) ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระประเภทต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ปัจจุบันนี้ ควรปรับปรุงอย่างไร

สิ่งที่ควรปรับปรุง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ควรที่จะเพิ่มเนื้อหาประเภทความรู้ด้านต่างๆให้มากยิ่งขึ้น						37....
ควรลดการเสนอข่าวและภาพต่างๆที่สื่อแหลมต่อความสงบสุข ศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของประชาชน						38....
ไม่ควรเสนอข่าวหรือเนื้อหาต่างๆที่จะก่อให้เกิดการมอมเมาหรือความหวาดเสียว รุนแรงแก่ผู้ชม						39....
ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวกับเยาวชนให้มากยิ่งขึ้น						40....
ควรจะมีการปรับปรุงเนื้อหาในรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนการเรียนของเยาวชน						41....
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมทางด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อยู่แล้ว เพียงแต่จะมีการเลือกสรรมาใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลเอง						42....

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

\*\* ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือค่ะ \*\*



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวลำยอง ดวงคำ เกิดวันศุกร์ที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517 ณ จังหวัดนครปฐม

### ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จากโรงเรียนวัดบางแหม จังหวัดนครปฐม เมื่อปี พ.ศ. 2530
- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (สายอังกฤษ - ฝรั่งเศส) จากโรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม เมื่อปี พ.ศ. 2536
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ (เกียรตินิยมอันดับ 1) จากวิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง ปี พ.ศ. 2540
- เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2541
- ปัจจุบันทำงานตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย